

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN
ANALISIS SWOT DAN TOPSIS PADA JASA SEWA ALAT
TENDA SITI AISYAH**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Pada
Program Studi Teknik Industri

oleh :

ALIVIA MUTHIA PUTRI M

11752202244



**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT DAN TOPSIS PADA JASA SEWA ALAT TENDA SITI AISYAH

TUGAS AKHIR

ALIVIA MUTHIA PUTRI M
11752202244

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan tugas akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 11 November 2021

Pembimbing I



Muhammad Isnaini Hadivul Umam, S.T., M.T
NIP. 19911230 201903 1 013

Pembimbing II



Suherman, S.T., M.T
NIK. 130 511 002

Ketua Program Studi



Misra Hartati, S.T., M.T
NIP. 19820527 201503 2 002

LEMBAR PENGESAHAN

PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT DAN TOPSIS PADA JASA SEWA ALAT TENDA SITI AISYAH

TUGAS AKHIR

Oleh:



ALIVIA MUTHIA PUTRI M

11752202244

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 11 November 2021

Pekanbaru, 11 November 2021

Mengesahkan,

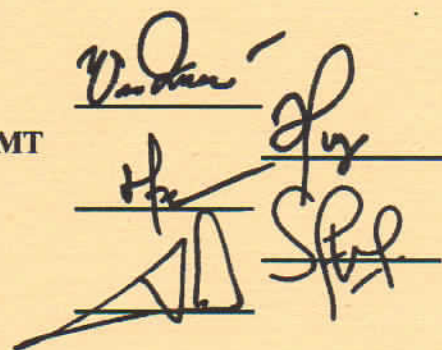

Dekan

Dr. Hartono, M.Pd
NIP. 19640301 199203 1 003

Ketua Program Studi


Misra Hartati, S.T., M.T
NIP. 19820527 201503 2 002

DEWAN PENGUJI :

Ketua : Vera Devani, ST., M.Sc
Sekretaris I : Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, ST., MT
Sekretaris II : Suherman, ST., M.T
Anggota I : Silvia, S.Si., M.Si
Anggota II : Fitra Lestari Norhiza, ST., M.Eng., P.hD



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Alivia Muthia Putri M
NIM : 11752202244
Tempat/Tgl.Lahir : Duri, 13 Juni 1999
Fakultas : Sains dan Teknologi
Prodi : Teknik Industri
Judul Skripsi : Penentuan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT dan TOPSIS Pada Jasa Sewa Alat Tenda Siti Aisyah.

Menyatakan dengan sebenar- benarnya bahwa :

1. Penulis Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya menyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 11 November 2021
Yang membuat pernyataan



Alivia Muthia Putri M
NIM : 11752202244

LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan atas izin penulis dan harus dilakukan mengikut kaedah dan kebiasaan ilmiah serta menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan dapat meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya dengan mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam pada form peminjaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan didalam daftar pustaka.

Pekanbaru, November 2021

Yang membuat pernyataan,

(ALIVIA MUTHIA PUTRI M)

11752202244

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Maka nikmat Tuhanmu yang manakah yang kamu dustakan ? (QS: Ar-Rahman 13)

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kupersembahkan bagi sang penggendang langit dan bumi, dengan Rahmaan Rahiim yang menghampar melebihi luasnya angkasa raya. Dzat yang menganugerahkan kedamaian bagi jiwa-jiwa yang senantiasa merindukan kemaha besarannya.

Santunan sholawat beriring salam penggugah hati dan jiwa, menjadi persembahan penuh kerinduan pada sang revolusioner Islam, pembangun peradaban manusia yang beradab Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wasallam.

Ya Allah ya rabbi yang maha menguatkan dan memberi kesabaran, terimakasih telah membatu dalam menyelesaikan segala urusan hamba-mu ini. Terimakasih atas pertolongan yang Allah berikan serta hidayah dan ilmu pengetahuan yang Allah berikan kepada hamba untuk menyelesaikan skripsi ini.

Ku persembahkan karya sederhana ini untuk:

- *Kedua orang tuaku, Ayahanda (H. Syofyan, S.Ag) dan Ibunda (Hj. Nurhaipa) yang telah merawat dan mendidik ku dari kecil dengan kasih sayang yang tak terbalas.*
- *Teruntuk kakakku (Siti Aisyah Nur Anjani), Abangku (Hasannul Bolqiah), dan Adikku (Rayhan Adi Chandra Saputra Tanjung) terima kasih telah menjadi penyemangat dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.*

Untuk ribuan tujuan yang harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar, untuk sebuah pengharapan, agar hidup jauh lebih bermakna, hidup tanpa mimpi ibarat arus sungai. Mengalir tanpa tujuan. Teruslah belajar, berusaha, dan berdoa untuk menggapainya.

*Ya rabbana ku pinta padamu tolong jaga selalu kedua orang tua ku dalam diamnya, dan redamkanlah amarahnya apabila ia luput dari kemarahannya, lindungi lah ia sebagaimana ia melindungiku sewaktu kecil, menjagaku dengan sabar,
Ya rabbana jika umur ini tak sempat untuk menjaganya Tolong jaga mereka, dan hapuskanlah dosa mereka Hingga Allah pertemuan disurganya.*

Pekanbaru, November 2021

*Alivia Muthia Putri M
NIM. 11752202244*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT DAN TOPSIS PADA JASA SEWA ALAT TENDA SITI AISYAH

ALIVIA MUTHIA PUTRI M
11752202244

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Sultan Syarif Kasim
Riau Jl. HR. Soebrantas No. 155 Simpang Baru, Panam, Pekanbaru, 28293

Email: muthia.alivia@gmail.com

ABSTRAK

Usaha tenda Siti Aisyah merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang persewaan tenda. Dalam menjalankan usahanya, usaha tenda Siti Aisyah mengalami kesulitan untuk dapat bersaing dengan para kompetitornya dan jumlah konsumen usaha tenda Siti Aisyah cenderung menurun. Dari permasalahan yang terjadi berdampak pada penjualan dan pendapatan yang menurun. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran pada usaha tenda Siti Aisyah, menetapkan strategi pemasaran prioritas yang tepat untuk usaha tenda Siti Aisyah menggunakan pendekatan metode SWOT dan TOPSIS. Berdasarkan analisis matriks IFE diperoleh total skor yang dimiliki usaha tenda Siti Aisyah yaitu 3,5430 dan untuk analisis matriks EFE yaitu 3,8364. Hasil Matriks IE berada pada sel I yang disebut strategi pertumbuhan dan membangun. Matriks SWOT menghasilkan 8 alternatif strategi pemasaran dan kemudian diklasifikasikan berdasarkan perankingan dengan menggunakan metode TOPSIS. Berdasarkan metode TOPSIS alternatif strategi yang paling diusulkan dan diprioritaskan adalah membuat dan mengembangkan produk dengan variasi baru dengan nilai preferensi sebesar 0,6999.

Kata Kunci: Matriks IE, Matriks IFE EFE, Matriks SWOT, Matriks TOPSIS.

DETERMINATION OF MARKETING STRATEGY BASED ON SWOT ANALYSIS AND TOPSIS ON TENTS EQUIPMENT RENTAL SERVICES SITI

ALIVIA MUTHIA PUTRIM
11752202244

Department of Industrial Engineering, Faculty of Science and Technology,
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. HR. Soebrantas No. 155 Simpang Baru, Panam, Pekanbaru, 2829
Email: muthia.alivia@gmail.com

ABSTRACT

Siti Aisyah's tent business is one of the businesses engaged in tent rental. In running its business, Siti Aisyah's tent business has difficulty being able to compete with its competitors and the number of consumers of Siti Aisyah's tent business tends to decrease. From the problems that occurred resulting in decreased sales and revenue. The purpose of this research to analyze internal and external factors that influence strategy marketing on Siti Aisyah's tent business, setting a priority marketing strategy the right one for Siti Aisyah's tent business using the SWOT method approach and TOPSIS. Based on the IFE matrix analysis, the total score obtained is Siti Aisyah's tent business is 3.5430 and for the EFE matrix analysis is 3.8364. The result of the IE matrix is in cell I which is called the strategy growth and build. The SWOT matrix produces 8 alternative marketing strategies and then is classified based on ranking using the TOPSIS method. Based on the TOPSIS method, the best alternative strategy proposed and prioritized is to create and develop products with a new variation with a preference value of 0.6999.

Kata Kunci: IE Matrix, IFE EFE Matrix, SWOT Matrix, TOPSIS Matrix.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji syukur kita panjatkan kepada Allah S.W.T atas segala rahmat, karunia serta hidayahnya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Salam dan salam semoga terlimpah kepada Baginda Nabi Muhammad S.A.W. Tugas Akhir ini disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana teknik di jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi UIN SUSKA Riau.

Banyak sekali yang telah membantu penyusun dalam menyusun Tugas Akhir ini, baik secara moril maupun materil. Untuk itu pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Misra Hartati, S.T., M.T selaku Ketua Jurusan Teknik Industri UIN SUSKA RIAU yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan tugas akhir.
4. Bapak Anwardi, S.T., M.T selaku Sekretaris Jurusan Teknik Industri UIN SUSKA RIAU.
5. Bapak Harpito, S.T., M.T selaku Kepala Laboratorium Jurusan Teknik Industri UIN SUSKA RIAU.
6. Bapak Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, ST., MT dan Bapak Suherman, ST., MT selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing dan memberikan arahan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
7. Ibu Silvia, S.Si, M.Si dan Bapak Fitra Lestari Norhiza, ST., M.Eng., Ph.D, selaku dosen penguji yang bersedia meluangkan waktunya dalam memberikan saran dan masukan untuk kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Ibu Wresni Anggraini, ST, MM selaku Penasehat Akademis yang selalu memberikan arahan, masukan dan nasehat kepada penulis selama mengikuti perkuliahan hingga penulis belajar menjadi lebih baik.
9. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Teknik Industri Uin Suska Riau, yang telah memberikan ilmu dalam perkuliahan selama penulis menjadi mahasiswa Jurusan Teknik Industri.
10. Teristimewa kedua orang tua, Ayahanda tercinta Bapak H. Syofyan, S.Ag dan Ibunda tercinta Ibu Hj. Nurhaifa yang selalu mendoakan, memenuhi semua kebutuhan penulis hingga saat ini dan selalu mensupport apapun yang penulis inginkan sehingga penulis dapat menyelesaikan S1 di Jurusan Teknik Industri Uin Suska Riau.
11. Pemilik Usaha Tenda Siti Aisyah dan karyawan lainnya yang sangat baik hati mengizinkan penulis melakukan penelitian dan selalu membantu dalam pengumpulan data Tugas Akhir ini.
12. Rekan-rekan seperjuangan, Mahasiswa Teknik Industri UIN SUSKA RIAU yang namanya tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan semangat serta dorongan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian ini.

Penulis menyadari dalam penulisan laporan penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan serta kesalahan, untuk itu penulis mengharapkan adanya masukan berupa kritik maupun saran dari berbagai pihak untuk kesempurnaan laporan ini. Akhirnya penulis mengharap semoga laporan ini dapat berguna bagi kita semua. Dan kepada semua yang telah memberikan dorongan dan bantuan, penyusun hanya dapat mengucapkan terima kasih, semoga bantuan bimbingan dan dukungan yang diberikan diberikan balasan dari Allah S.W.T. Amin.

Pekanbaru, November 2021

Penulis,

Alivia Muthia Putri Maharani
Nim.11752202244



DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KELAYAKAN INTELEKTUAL	iv
LEMBAR PERYATAAN.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR RUMUS	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Masalah	7
1.6 Posisi Penelitian	8
1.7 Sistematika Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Strategi Pemasaran.....	10
2.2 Strategi Pemasaran Jasa	10
2.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	11
2.4 Pengertian Kuesioner	12
2.5 Populasi dan Sampel	12
2.6 Teknik Sampling	13

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.6.1	<i>Probability Sampling</i>	13
2.6.2	<i>Nonprobability Sampling</i>	13
2.7	Uji Validitas	15
2.8	Uji Reliabilitas	15
2.9	Analisis Lingkungan <i>Internal</i>	16
2.10	Analisis Lingkungan <i>Eksternal</i>	16
2.11	<i>Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)</i>	17
2.12	Matriks <i>Internal-Eksternal (IE)</i>	19
2.13	Analisis SWOT (<i>Strenght, Weakness, Opportunities, Threats</i>).....	19
2.14	Matriks TOPSIS (<i>Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution</i>).....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		26
3.1	Studi Pendahuluan.....	27
3.2	Studi Literatur	27
3.3	Identifikasi Masalah	27
3.4	Perumusan Masalah	27
3.5	Penetapan Tujuan dan Manfaat.....	28
3.6	Pengumpulan Data	28
3.6.1	Data Primer	28
3.6.2	Data Sekunder.....	33
3.7	Pengolahan Data.....	33
3.7.1	Matriks IFE dan Matriks EFE	33
3.7.2	Matriks IE	33
3.7.3	Matriks SWOT	34
3.7.4	Matriks TOPSIS	34
3.8	Analisa	34
3.9	Penutup.....	35
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		36
4.1	Pengumpulan Data	36
4.1.1	Profil Perusahaan	36



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.1.2	Struktur Organisasi	36
4.1.3	Data Penjualan	37
4.1.4	Analisis Lingkungan Internal	37
4.1.5	Analisis Lingkungan Eksternal	39
4.1.6	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	41
4.1.6.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Faktor Internal.....	41
4.1.6.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Faktor Eksternal.....	42
4.2	Pengolahan Data.....	44
4.2.1	Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Usaha Tenda Siti Aisyah.....	44
4.2.1.1	Matriks IFE	44
4.2.1.2	Matriks EFE	51
4.2.2	Matriks IE	60
4.2.3	Analisis Matriks SWOT	62
4.2.4	Analisis Matriks TOPSIS (<i>Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution</i>).....	63
4.2.4.1	Membuat Matriks Keputusan Alternatif	64
4.2.4.2	Matriks Keputusan yang Ternormalisasi.....	65
4.2.4.3	Menghitung Keputusan Ternormalisasi Terbobot.....	67
4.2.4.4	Menentukan Matriks Solusi Ideal Positif dan Matriks Solusi Ideal Negatif.....	68
4.2.4.5	Menentukan Nilai Jarak Setiap Alternatif dengan Matriks Solusi Ideal Positif dan Matriks Solusi Ideal Negatif	69
4.2.4.6	Menentukan Nilai Preferensi Setiap Alternatif	70
BAB V ANALISA		72
5.1	Analisis Pengujian Validitas dan Reliabilitas	72
5.1	Matriks IFE dan EFE	72
5.1	Matriks IE (Internal - Eksternal).....	73
5.1	Matriks SWOT	73
5.1	Matriks TOPSIS (<i>Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution</i>).....	75

BAB VI PENUTUP	78
6.1 Kesimpulan	78
6.2 Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



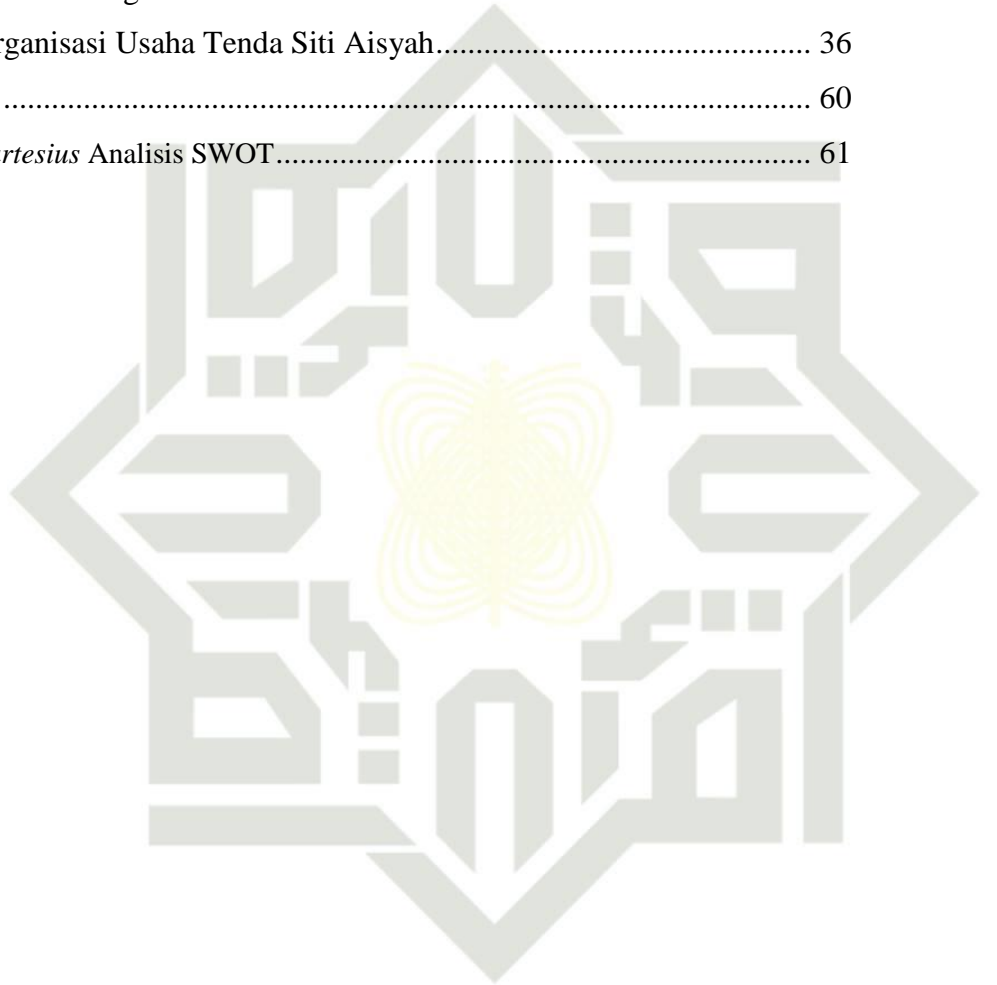
UIN SUSKA RIAU

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Grafik Total Penjualan Jasa pada Usaha Tenda Siti Aisyah	3
2. Diagram Analisis SWOT	20
2.1 Skala Kepentingan TOPSIS	22
3.1 <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	26
4. Struktur Organisasi Usaha Tenda Siti Aisyah.....	36
4.2 Matriks IE	60
4.3 Diagram <i>Cartesius</i> Analisis SWOT.....	61

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 Data Konsumen yang Menggunakan Usaha Tenda Siti Aisyah	2
1 Data Konsumen Pesaing usaha Tenda Siti Aisyah	3
1 Rekapitulasi Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	4
1.4 Posisi Penelitian	8
2 Bentuk matriks IFE (Internal Factor Evaluation).....	17
2 Bentuk matriks EFE (Eksternal Factor Evaluation).....	18
2 Total Skor Matriks IE.....	20
2.4 Matriks SWOT	21
3 Variabel IFE dan Indikator.....	29
3.2 Variabel EFE dan Indikator	30
3.3 Pernyataan Kuesioner Penilaian Rating	31
3.4 Pernyataan Kuesioner Penilaian Rating (Lanjutan)	32
4.1 Data Konsumen yang Menggunakan Usaha Tenda Siti Aisyah Tahun 2018 2020.....	37
4.2 Output Validitas SPSS	41
4.3 Output Reliabilitas SPSS	42
4.4 Output Validitas SPSS	42
4.5 Output Reliabilitas SPSS	42
4 Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Faktor Eksternal	43
4 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Kekuatan (Internal).....	47
4 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Kelemahan (Internal).....	51
4 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Peluang (Eksternal)	54
4 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Ancaman (Eksternal)	58
4 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Internal.....	58
4 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Internal (Lanjutan).....	59
4 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Eksternal	59
4 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Eksternal (Lanjutan)	60
4 Rekapitulasi Selisih Nilai Skor	61

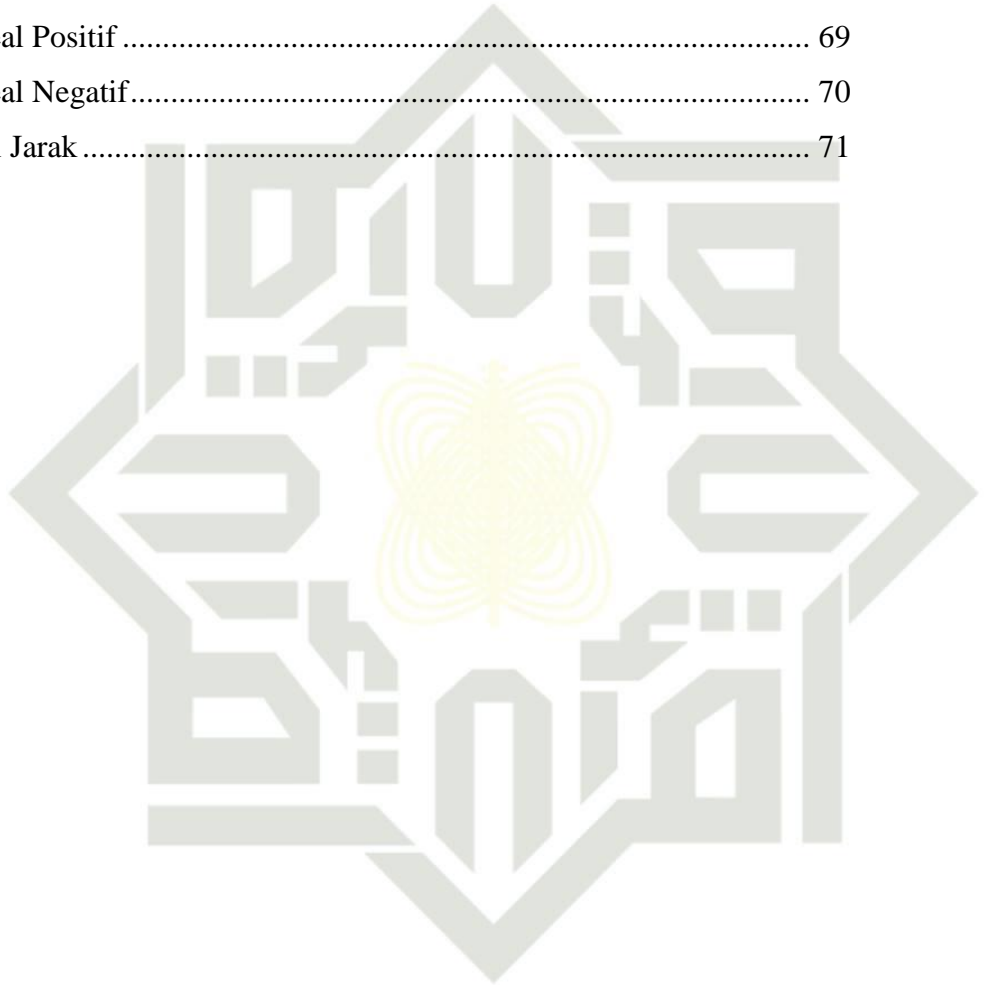
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.16 Analisis Matriks SWOT Usaha Tenda Siti Aisyah	62
4.17 Alternatif Strategi.....	63
4.18 Bobot Kriteria.....	64
4.19 Nilai AS dari Setiap Kriteria	65
4.20 Matriks Keputusan Ternormalisasi	66
4.21 Matriks Keputusan Ternormalisasi Terbobot.....	67
4.22 Matriks Solusi Ideal Positif dan Matriks Solusi Ideal Negatif.....	68
4.23 Solusi Ideal Positif	69
4.24 Solusi Ideal Negatif.....	70
4.25 Preferensi Jarak	71

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR RUMUS

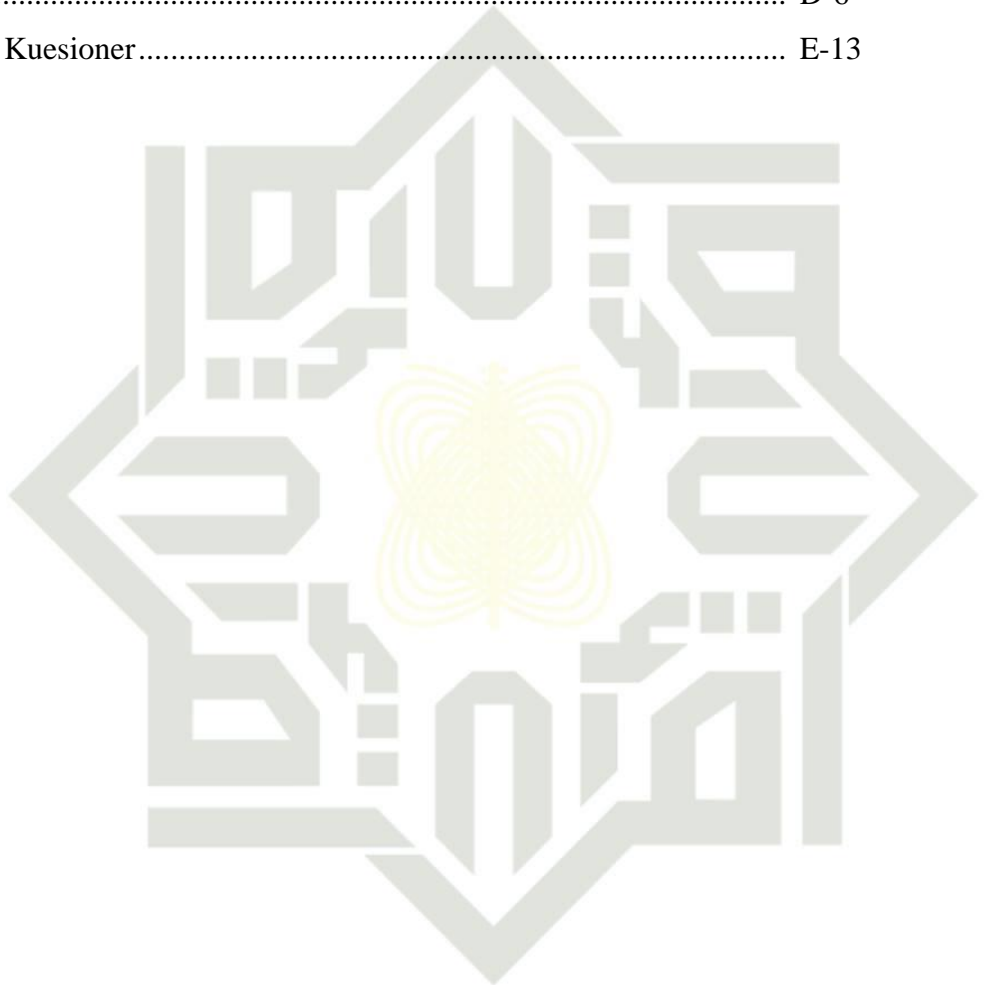
Rumus	Halaman
2.1 Sampel Tarao Yamane	14
2.2 Uji Validitas	15
2.3 Uji Reliabilitas	16
2.4 Menghitung Rating	18
2.5 Menghitung Bobot Faktor Internal	19
2.6 Menghitung Bobot Faktor Eksternal	19
2.7 Menghitung Skor	19
2.8 Matriks Keputusan Ternormalisasi	23
2.9 Matriks Keputusan Ternormalisasi Terbobot	23
2.10 Matriks Solusi Ideal Positif	24
2.11 Matriks Solusi Ideal Negatif	24
2.12 Jarak Matrik Solusi Ideal Positif	24
2.13 Menghitung Skor	24
2.14 Nilai Preferensi Untuk Setiap Alternatif	25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
A Foto Bersama Pemilik Perusahaan.....	A-1
B Foto Dokumentasi	B-2
C Wawancara Bersama Pemilik Perusahaan.....	C-5
D Kuesioner	D-6
E Rekapitulasi Kuesioner.....	E-13



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pada era pasar bebas saat ini, persaingan bisnis berkembang dengan pesat. Semakin meningkatnya jumlah pesaing yang menawarkan jenis layanan serupa sering dengan berjalannya waktu berpengaruh pada persaingan yang semakin ketat diantara pelaku usaha, khususnya perkembangan sektor pada jasa saat ini. Hal ini dikarenakan kemajuan teknologi yang semakin memudahkan pelaku usaha untuk meniru usaha lainnya, sehingga pelaku usaha perlu mengelola usahanya dengan baik dengan terus meningkatkan kinerjanya dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Begitu ketatnya persaingan, pelanggan dalam memilih layanan yang tersedia akan lebih selektif, dan tentunya penyedia layanan yang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang penyampaian kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan perusahaan lain akan menjadi pilihan prioritas bagi pelanggan.

Usaha persewaan tenda adalah salah satu jenis layanan yang berhubungan dengan jasa, dengan kegiatannya dapat mampu membantu masyarakat memenuhi kebutuhan dalam menyelenggarakan kegiatan seperti pernikahan, posko, bazar, hajatan, perpisahan sekolah, pemakaman, serta kegiatan lain di luar ruang yang membutuhkan tenda untuk kegiatan berlangsung. Sebagai usaha yang berkaitan pada kebutuhan masyarakat, pelaku usaha harus dapat memahami kebutuhan serta keinginan pelanggannya dengan mempertimbangkan berbagai hal yang menjadi kendala usaha serta tingkat persaingan yang ada, sehingga dibutuhkan strategi bisnis yang akan diambil pemilik usaha agar dapat bersaing dengan mempertahankan posisi perusahaan.

Usaha tenda Siti Aisyah merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang persewaan tenda. Dalam menjalankan usahanya, usaha ini sering didapatkan dengan berbagai masalah seperti peningkatan dan penurunan pesanan yang disebabkan oleh keadaan dunia bisnis yang semakin dinamis, serta kurang tepat dalam merancang dan menganalisis strategi bisnis terutama dalam bidang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemasaran. Oleh karena itu pelaku usaha perlu menganalisis strategi alternatif yang berbeda untuk pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan yang telah ada, perlu ditingkatkan lebih lanjut dengan mempertimbangkan faktor-faktor bisnis internal dan eksternal untuk menghadapi persaingan yang semakin kompetitif dengan banyaknya perusahaan baru yang sejenis.

Usaha tenda Siti Aisyah ini sendiri menawarkan jasa penyewaan seperti tenda, pentas, kursi, dan blower yang beralamatkan di Jl. Jend. Sudirman Gg. Teuku Umar No.3. Pemilik usaha tenda Siti Aisyah ini bernama Bapak H. Syofyan, S.Ag. Usaha tenda Siti Aisyah mengalami kesulitan untuk dapat bersaing dengan para kompetitornya di pasar yang lebih luas dan jumlah konsumen usaha tenda Siti Aisyah cenderung menurun. Berikut dapat terlihat berdasarkan pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Data Konsumen yang Menggunakan Usaha Tenda Siti Aisyah Tahun 2018-2020

No.	Bulan	Konsumen		
		2018	2019	2020
1	Januari	4	7	3
2	Februari	1	4	2
3	Maret	4	5	3
4	April	2	5	5
5	Mei	4	3	3
6	Juni	3	5	2
7	Juli	4	4	4
8	Agustus	5	7	8
9	September	3	5	4
10	Oktober	5	5	5
11	November	3	4	4
12	Desember	9	7	9
Total		47	61	52
Rata-rata		4	5	4

(Sumber : Pembukuan Penjualan Usaha Tenda Siti Aisyah, 2021)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari tabel 1.1 dapat dilihat terjadi naik turunnya jumlah konsumen yang menggunakan jasa tenda Siti Aisyah, yaitu pada tahun 2018 terjual sebanyak 47, tahun 2019 sebanyak 61, dan pada tahun 2020 sebanyak 52. Berikut merupakan grafik total penjualan jasa pada usaha tenda Siti Aisyah tahun 2018-2020:



Gambar 1.1 Grafik total penjualan jasa pada usaha tenda Siti Aisyah tahun 2018-2020

(Sumber: Pembukuan Penjualan Usaha Tenda Siti Aisyah, 2021)

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan bahwa jumlah penyewa tenda pada usaha tenda Siti Aisyah mengalami perubahan naik turun dari tahun ke tahun. Hal tersebut menandakan bahwa semakin berkurangnya peminat dari konsumen untuk menggunakan jasa tenda ini. Masalah lain yang ditunjukkan pada Gambar 1.1 adalah penurunan penjualan tenda sewa karena tingkat perekonomian masyarakat yang menurun dan banyaknya pesaing yang menawarkan jenis layanan sejenis. Adapun pesaing dari usaha tenda Siti Aisyah yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2 Data Konsumen Pesaing usaha Tenda Siti Aisyah

No	Nama Usaha	Target Konsumen/Bulan	Harga Tenda
1	Tenda Erda Salon	7	Rp. 400.000 – Rp. 800.000
2	Tenda Uci Pelaminan	6	Rp. 400.000 – Rp. 800.000
3	Ningsih Tenda	7	Rp. 350.000 – Rp. 450.000

(Sumber : Data Konsumen Pesaing daerah Mandau, 2021)

Dari Tabel 1.2 dapat terlihat bahwa pesaing usaha tenda Siti Aisyah cukup banyak untuk itu perusahaan perlu mencari strategi untuk memasarkan produk,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sehingga perusahaan mendapatkan peluang dalam bersaing dan dapat mempertahankan usaha.

Dalam penelitian ini juga dilakukan penyebaran kuesioner pendahuluan yang diberikan kepada 10 responden dari kalangan masyarakat. Berikut merupakan hasil rekapan kuesioner pendahuluan yaitu:

Tabel 1.3 Rekapitulasi Penyebaran Kuesioner Pendahuluan

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah anda pernah menggunakan layanan penyewaan tenda?	6	4
2	Apakah anda mengetahui tentang adanya layanan penyewaan tenda pada usaha tenda Siti Aisyah?	2	8
3	Apakah anda mengetahui jenis produk apa saja yang ditawarkan oleh usaha tenda Siti Aisyah?	0	10
4	Apakah anda mengetahui harga sewa dari produk yang ditawarkan oleh usaha Siti Aisyah?	0	10
5	Apakah anda berminat untuk menggunakan layanan pada usaha tenda Siti Aisyah?	9	1

(Sumber : Pengumpulan Data, 2021)

Berdasarkan tabel 1.3 dapat terlihat bahwa masyarakat masih tidak mengetahui tentang adanya usaha Tenda Siti Aisyah, produk yang ditawarkan serta harga sewa dari produk. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ini belum cukup dikenal dikalangan masyarakat Kota Duri dikarenakan masih kurangnya pemberian informasi kepada masyarakat tentang adanya usaha ini sehingga membuat belum tercapainya target penjualan tenda pada usaha ini. Berdasarkan permasalahan yang di hadapi oleh usaha tenda Siti Aisyah, maka harus dilakukan pemilihan strategi pemasaran yang tepat.

Untuk mendapatkan strategi yang tepat untuk usaha tenda Siti Aisyah, strategi bisnis harus dirumuskan dengan menggunakan pendekatan manajemen strategis. Salah satu alat penentuan strategi yang banyak digunakan yaitu matriks SWOT serta tahap pengambilan keputusan dengan menggunakan metode TOPSIS. Analisis SWOT menurut Rangkuti (2015) merupakan identifikasi sistematis berbagai faktor guna merumuskan strategi bisnis. Analisis SWOT sendiri merepresentasikan dari kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*). Analisis ini didasarkan pada logika



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang memaksimalkan kekuatan dan peluang sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Berbagai hasil penelitian digunakan untuk membandingkan dan memperjelas pembahasan berdasarkan hasil penelitian dari peneliti terdahulu. Penelitian yang dilaksanakan oleh Abidin dkk (2017). Penelitian ini di latar belakang oleh permasalahan penjualan produk yang tidak stabil. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang ada, kemudian perusahaan dapat merumuskan serta memilih strategi pemasaran yang tepat. Dalam merumuskan strategi pemasaran penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan merumuskan strategi pemasaran yang tepat. Serta dalam memilih strategi pemasaran menggunakan metode TOPSIS dengan memberi peringkat strategi pemasaran alternatif. Hasil pemeringkatan TOPSIS menentukan strategi terbaik dan ideal.

Penelitian yang dilakukan oleh Masrin dan Rachmi (2019). Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan pada pabrik tahu yaitu penjualan yang tidak maksimal dibandingkan kompetitor lainnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis SWOT dengan matriks IFE dan matriks EFE untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada sehingga perusahaan dapat menetapkan strategi pemasaran yang tepat. Hasil analisis menggunakan analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa permasalahan tersebut dapat diterapkan untuk menganalisis faktor internal serta eksternal.

Penelitian yang dilakukan oleh Trisnayanti dkk (2019). Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya agrowisata yang akan berdampak pada meningkatnya persaingan antar agrowisata. Hasil penelitian ini menetapkan bahwa strategi yang dapat diterapkan pada agrowisata pabrik coklat di Cau adalah strategi tumbuh dan berkembang. Strategi prioritas yang dipilih adalah memperluas pemasaran produk coklat, olahan produk coklat dipromosikan di media sosial, dan memperkuat kerjasama dengan pemasok serta antar operator pariwisata dan perusahaan sejenis.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penelitian yang dilaksanakan oleh Firdayanti dkk (2020). Penelitian ini dilakukan karena persoalan yang dihadapi oleh DNI *Skin centre* Renon, yang merupakan industri kecatikan yang berkembang di Indonesia khususnya di Bali, mengalami penurunan penjualan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan bisnis untuk mendorong pertumbuhan perusahaan guna membangkitkan minat konsumen, menjaga kepuasan konsumen dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Metode yang bisa digunakan antara lain metode SWOT dan TOPSIS. Strategi alternatif yang didapatkan berdasarkan matriks SWOT dipilih dengan jarak terjauh dari solusi ideal positif serta jarak terjauh dari solusi ideal negatif berdasarkan analisis TOPSIS. Hasil penelitian ini menetapkan bahwa prioritas strategi yang dipilih yaitu mengedukasi konsumen tentang produk serta perawatan DNI *Skin Centre* Renon.

TOPSIS merupakan sebuah pendekatan menghitung jarak ke solusi ideal positif dan negatif kemudian memilih solusi ideal positif terdekat. Urutan prioritas kemudian dapat dicapai setelah membandingkan jarak relatif. Banyak pengambil keputusan menerapkan metode ini dalam praktik karena konsepnya mudah dipahami dan disederhanakan, perhitungannya efisien serta dapat mengukur kinerja relatif dari alternatif pengambilan keputusan alternatif. Menggunakan analisis SWOT dan TOPSIS, diharapkan perusahaan semakin memahami kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta mampu mengambil tahapan pengambilan keputusan yang dihadapinya dengan harapan usaha tenda Siti Aisyah dapat terus bersaing di tengah persaingan yang ketat dalam industri persewaan tenda di kabupaten bengkalis khususnya pada kota Duri.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, sehingga perlu dibahas mengenai permasalahan berikut ini adalah “Bagaimana strategi pemasaran yang tepat dalam upaya meningkatkan penjualan jasa pada usaha sewa tenda tenda Siti Aisyah dengan menggunakan metode SWOT dan TOPSIS?”



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai, berdasarkan rumusan masalah diatas yaitu:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis kondisi faktor internal dan eksternal dalam pemilihan strategi pemasaran yang tepat dan efektif pada usaha tenda Siti Aisyah.
2. Untuk memberikan usulan strategi pemasaran prioritas yang tepat dan efektif guna tercapainya peningkatan omset penjualan jasa pada usaha tenda Siti Aisyah.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Bagi peneliti, yaitu sebagai sarana untuk menerapkan ilmu yang diperoleh pada bangku perkuliahan sehingga peneliti dapat memecahkan masalah yang timbul dalam usaha tenda siti aisyah.
2. Bagi Universitas, yaitu hasil penelitian diharapkan bisa menambah bahan kajian keilmuan khususnya dalam hal strategi pemasaran dan menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya.
3. Bagi pemilik usaha, yaitu penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan sebagai bahan pertimbangan untuk pemilik usaha dalam mengambil keputusan tentang strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai peningkatan omset penjualan.

1.5 Batasan Masalah

Dalam sebuah penelitian perlu ditetapkan batasan yang jelas agar pembahasan lebih terarah, yaitu:

1. Data penjualan yang dikumpulkan merupakan data pada pembukuan penjualan usaha tenda siti aisyah periode 2018-2020.
2. Responden yang digunakan dalam penelitian yaitu konsumen yang menggunakan tenda pada tahun 2020.

1.6 Posisi penelitian

Berikut ini merupakan posisi penelitian adalah:

Tabel 1.4 Posisi Penelitian

No	Judul dan Penulis	Permasalahan	Metode	Hasil
1	Pemilihan Strategi pemasaran dengan Metode SWOT dan TOPSIS (Abiddin, dkk, 2017)	Penurunan penjualan dan metode pemasaran tidak sesuai	Strategi pemasaran, SWOT dan TOPSIS	Hasil penelitian mengungkapkan 4 alternatif strategi pemasaran yang diusulkan
2	Strategi SWOT Pada Pemasaran Tahu Alami Lubuk Buaya Kota Padang (Masrin dan Rachmi, 2019)	Proses pemasaran belum optimal dibandingkan dengan pesaing lainnya.	Matriks IFE dan matriks EFE berdasarkan analisis SWOT	Hasil penelitian diperoleh 5 strategi pemasaran
3	Strategi Pengembangan Produk Agroindustri Pada Area Belanja di Agrowisata Cau Chocolate Factory (Trisnayanti, dkk, 2019)	Peningkatan agrowisata sehingga menyebabkan persaingan	SWOT dan metode TOPSIS	Menghasilkan 3 strategi prioritas pengembangan
4	Strategi Pengembangan Usaha DNI <i>Skincentre</i> Renon dengan Penerapan Metode Swot dan Topsis (Firdayanti, dkk, 2020)	Persaingan antar pesaing sejenis dn terjadi penurunan omset perusahaan	Strategi Pemasaran, SWOT dan TOPSIS	Hasil dari penentuan strategi pemasaran yang ditunjukkan terdiri dari strategi intensif serta integrasi
5	Penentuan strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT dan TOPSIS pada jasa sewa alat tenda Siti Aisyah	Pendapatan usaha cenderung menurun dan tidak stabil serta metode pemasaran belum tepat dan efisien	Metode SWOT dan TOPSIS	Mengetahui prioritas strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai peningkatan penjualan jasa.

(Sumber : Data Posisi Penelitian, 2021)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1.7 Sistematika Penulisan

Tujuan penggunaan sistematika dalam penulisan laporan ini yaitu untuk memberikan gambaran secara singkat tentang gambaran tugas akhir ini, adapun sistem penulisan ini dibagi menjadi beberapa bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan informasi mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, posisi penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang teori berdasarkan buku referensi dan jurnal serta hasil penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan sebagai acuan pemecahan masalah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian menggambarkan langkah-langkah atau prosedur kerja yang akan dilakukan dalam melakukan penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pengumpulan dan pengolahan data diperoleh berdasarkan hasil penelitian, yang kemudian dibahas guna mendapatkan solusi terbaik sehingga diperoleh kesimpulan dan saran.

BAB V ANALISA

Bab ini menyajikan hasil analisis perolehan pengumpulan dan pengolahan data.

BAB VI PENUTUP

Bagian penutup berisi mengenai kesimpulan yang dapat ditarik dari pelaksanaan penelitian dan tujuan penelitian. Bagian ini juga mencakup saran kepada penulis maupun untuk perusahaan tempat penelitian dilakukan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Strategi Pemasaran

Assauri (2011) menjelaskan bahwa strategi pemasaran pada hakikatnya yaitu rencana yang komprehensif, terintegrasi dan terpadu dalam industri pemasaran yang memberikan kombinasi aktivitas yang harus dilakukan guna mencapai tujuan individu dan organisasi. Strategi pemasaran juga terdiri dari serangkaian tujuan, pedoman, dan aturan yang dari waktu ke waktu mengatur upaya pemasaran perusahaan di semua tingkatan, serta referensi dan tugasnya, terutama dalam menanggapi respons perusahaan terhadap perubahan kondisi lingkungan dan persaingan (Dewi dkk, 2019)

2.2 Strategi Pemasaran Jasa

Fandy Tjiptono (2014) menjelaskan bahwa jasa adalah segala tindakan yang dapat ditawarkan oleh pihak lain dan yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) serta tidak mengarah pada kepemilikan. Tjiptono dan Chandra (2016) menyebutkan karakteristik jasa sebagai berikut (Suprpto, 2019):

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa tidak dapat dilihat, dicicipi, dibau, didengar atau disentuh sebelum dibeli atau dikonsumsi. Ketika seorang pelanggan membeli, menggunakan, menggunakan, atau menyewa layanan tertentu, mereka hanya menyewa layanan tersebut.

2. *Heterogeneity* (bervariasi)

Jasa ini bervariasi karena merupakan edisi non-standar; artinya terdapat perbedaan dalam bentuk, kualitas, dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan di mana layanan tersebut diproduksi.

3. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Umumnya jasa dijual terlebih dahulu, lalu diproduksi maupun dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Pelanggan selalu menunggu layanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dihasilkan dalam interaksinya. Oleh karena itu, interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan adalah ciri khusus pemasaran jasa.

4. *Perisability* (tidak tahan lama)

Jasa adalah barang yang sifatnya tidak permanen, tidak dapat disimpan untuk digunakan kembali, dijual kembali maupun dikembalikan di kemudian hari. Namun, tidak masalah apakah permintaan itu tetap ada.

2.3 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Menurut Kotler dan Armstrong (2009) bauran pemasaran merupakan alat pemasaran, produk, harga, penjualan, dan iklan taktis serta terkontrol digabungkan oleh perusahaan guna mencapai respons yang diinginkan dari pasar sasaran. Variabel bauran pemasaran dikelompokkan menjadi 4 yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*). Adapun penjelasan mengenai variabel-variabel bauran pemasaran yaitu (Jacklin dkk, 2019):

1. Produk (*Product*)

Menurut Kotler & Armstrong (1997) definisi dari produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapat perhatian dibeli, menggunakan, dan mengkonsumsi yang mungkin memenuhi keinginan atau kebutuhan.

2. Harga (*Price*)

Menurut Kotler dan Keller (2009) definisi dari harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya.

3. Tempat (*Place*)

Tempat diartikan sebagai aktivitas suatu perusahaan sehingga target pelanggan dapat dengan mudah menemukan produk (Abdullah dkk, 2021).

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Tjiptono (2008) menjelaskan bahwa promosi adalah segala aktivitas yang berfungsi untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran, memberikan informasi tentang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

propertinya, kegunaannya dan terutama keberadaannya, untuk meningkatkan sikap terhadap perubahan atau mendorong orang untuk bertindak mendorong (Supriyanto dan Taali, 2018).

2.1 Pengertian Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data di mana responden disajikan dengan serangkaian pertanyaan atau penjelasan tertulis untuk dijawab. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti mengetahui dengan pasti variabel mana yang sedang diukur dan apa yang diharapkan dari responden (Sugiyono, 2015).

Penentuan jumlah responden yang menyebarkan kuesioner berdasarkan sampel (Yustiani dkk, 2019). Saat membuat dan menyebarkan kuesioner dalam suatu survei terdapat tiga jenis kuesioner yaitu kuesioner terbuka, tertutup, serta campuran (Prasetyawati dan Kosasih, 2019):

1. Kuesioner terbuka adalah daftar pertanyaan yang dapat diungkapkan oleh responden tentang pandangannya terhadap pertanyaan peneliti.
2. Kuesioner tertutup adalah daftar pertanyaan yang pilihan jawabannya diberikan oleh peneliti.
3. Kuesioner campuran merupakan gabungan dari kuesioner terbuka dan tertutup.

2.2 Populasi dan Sampel

Populasi didefinisikan sebagai suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek maupun subjek berikut yang memiliki sifat serta karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti yang diteliti lalu kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Sementara itu sampel merupakan sebagian dari populasi yang dipilih menggunakan metode maupun prosedur tertentu untuk merepresentasikan populasi tersebut (Yustiani dkk, 2019).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.6 Teknik Sampling

Teknik *sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik *sampling* dibedakan menjadi dua kelompok yaitu (Sugiyono, 2015):

2.6.1 Probability Sampling

Probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang menawarkan peluang yang sama untuk setiap elemen (anggota) populasi. Teknik ini antara lain (Sugiyono, 2015):

1. Simple Random Sampling

Pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak, terlepas dari strata dalam populasi tersebut, artinya sampel diambil secara acak dari populasi yang ditentukan oleh peneliti, dengan setiap elemen populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai objek.

2. Proportionate Stratified Random Sampling

Teknik pengambilan sampel jika populasi memiliki anggota maupun elemen yang tidak homogen atau bertingkat secara proporsional.

3. Disproportionate Stratified Random Sampling

Teknik pengambilan sampel untuk menentukan jumlah sampel bila populasi berstrata tetapi tidak proporsional.

4. Cluster Sampling (*Sampling Area*)

Teknik *sampling* daerah dilakukan untuk menentukan sampel jika objek maupun sumber data yang akan diperiksa sangat besar.

2.6.2 Nonprobability sampling

Nonprobability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi suatu elemen atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel, diantaranya (Sugiyono, 2015):

1. Sampling Sistematis

Teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan jumlah anggota populasi dengan nomor urut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. *Sampling Kuota*

Teknik penentuan sampel dari suatu populasi dengan karakteristik tertentu sampai dengan kuota yang diinginkan.

3. *Sampling Insidental*

Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, artinya siapa saja yang bertemu dengan peneliti secara kebetulan maupun insidental, dapat dijadikan sampel jika orang yang ditemui secara kebetulan dinilai sebagai sumber data yang sesuai.

4. *Sampling Purposive*

Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Artinya metode pengambilan sampel dilakukan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti.

5. *Sampling Jenuh*

Teknik penentuan sampel jika seluruh anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering terjadi apabila populasinya relatif kecil, kurang dari 30 orang, maupun ketika penelitian ingin menggeneralisasi dengan sedikit kesalahan.

6. *Snowball Sampling*

Teknik penentuan sampel yang awalnya kecil, kemudian berkembang menjadi lebih besar. Seperti bola salju bergulir yang ukurannya bertambah secara bertahap.

Ada beberapa cara untuk menentukan besarnya sampel, diantaranya pengambilan sampel menurut rumus Taro Yaname yaitu (Adipranata dan Anwar, 2019):

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1} \quad \dots(2.1)$$

Keterangan:

- n = Jumlah Sampel
- N = Jumlah Populasi
- d = Tingkat kepercayaan / ketepatan yang diinginkan 0,1 (10%)

2.7 Uji Validitas

Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah maupun valid suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan tentang kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Fitria dan Sudarmadi, 2019).

Uji validitas dilakukan berdasarkan data hasil angket menggunakan korelasi Pearson Product Moment, diperoleh korelasi antara item dengan skor variabel tunggal secara keseluruhan, serta pengukuran yang didapatkan dengan software SPSS 22.0 menggunakan tingkat signifikansi (α) = 0,05, karena dinilai cukup mewakili tingkat signifikansi yang tersebar luas dalam penelitian ilmu sosial (Zahra dan Rina, 2018). Untuk melihat apakah perhitungan tersebut valid atau tidak, dapat dilihat apakah r hitung > r tabel dan nilainya positif (Sutoni dan Ramadian, 2019). Kemudian dikatakan valid atau tidaknya data instruksi berdasarkan rumus (Sugiyono, 2015):

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - \sum x \sum y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}} \dots(2.2)$$

Dimana:

- r = Nilai validitas
- n = Jumlah pertanyaan / pernyataan
- x = Jumlah poin pertanyaan / pernyataan
- y = Total skor

2.8 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa reliabilitas mengacu pada derajat konsistensi serta stabilitas data maupun temuan. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi hasil tanggapan terhadap asumsi responden (Fitria dan Sudarmadi, 2019).

Uji reliabilitas merupakan perhitungan tingkat keterpercayaan, keterandalan, konsistensi dan stabilitas hasil suatu alat ukur untuk uji reliabilitas instrumen penelitian dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Cronbach's

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Alpha merupakan rumus matematika untuk menguji reliabilitas pengukuran dimana suatu instrumen dianggap reliabel (reliabel) jika memiliki koefisien reliabilitas atau alpha 0,6 atau lebih besar. Instrumen dapat dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitas minimal 0,6. Untuk mempermudah perhitungan uji validitas dan uji reliabilitas, penulis menggunakan program SPSS (Zahra dan Rima, 2018). Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat uji yang digunakan sudah benar dan sesuai (Sutoni dan Ramadian, 2019).

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \dots(2.3)$$

Dimana:

- r = Reliabilitas instrumen
- k = Jumlah pertanyaan / pernyataan
- $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian pertanyaan / pernyataan
- σ_t^2 = Total varians

2.9 Analisis Lingkungan Internal

Kekuatan adalah keterampilan internal, sumber daya, dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuannya. Kelemahan adalah kendala internal sekaligus faktor situasional negatif yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan (Kotler dan Armstrong, 2018 dikutip oleh Susilowati dkk, 2020).

Lingkungan internal perusahaan meliputi manajemen (perencanaan, organisasi, pelaksanaan, pengendalian), pemasaran (produk, harga, lokasi, periklanan, proses, orang, bukti fisik, produktivitas dan kualitas), penelitian maupun pengembangan dan sistem informasi (Candana dan Afuan, 2020).

2.10 Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan menekankan pada identifikasi dan evaluasi trend serta peristiwa yang berada di luar kendali perusahaan. Analisis lingkungan eksternal bertujuan untuk mengembangkan daftar peluang yang terbatas yang dapat

dimanfaatkan perusahaan dan ancaman yang dapat dihindari (Rahmawati dkk, 2017).

Lingkungan eksternal perusahaan meliputi lingkungan mikro (pemasok, pelanggan, pesaing), lingkungan industri (ancaman produk pengganti, persaingan antar perusahaan, ancaman dari pendatang baru) dan lingkungan makro (demografi, ekonomi, sosial, politik serta teknologi) (Candana dan Afuan, 2020).

2.11 Matriks *Internal Factor Evaluation (IFE)* dan Matriks *eksternal Factor Evaluation (EFE)*

Matriks IFE adalah perumusan analisis lingkungan internal. Bagian matriks ini merangkum serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan di berbagai area fungsional unit bisnis. Matriks IFE ini juga memberikan dasar untuk memperkenalkan dan mengevaluasi hubungan antara area fungsional tersebut (Dewi dkk, 2019).

Adapun bentuk dari matriks IFE yaitu (Rangkuti, 2015):

Tabel 2.1 Bentuk matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan
Kekuatan			
1.			
2.			
Kelemahan			
1.			
2.			
Total			

(Sumber: Rangkuti, 2015)

Berikut ini merupakan cara penentuan strategi internal yaitu (Rangkuti, 2015):

1. Faktor-faktor yang merepresentasikan kekuatan dan kelemahan perusahaan pada kolom 1.
2. Beri bobot masing-masing faktor tersebut pada skala 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan (semua bobot ini harus memiliki skor total tidak melebihi 1,00).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Menghitung *peringkat* (di kolom 3) bagi setiap faktor dengan beralih dari 4 (sangat baik) ke 1 (buruk) berdasarkan dampak faktor-faktor tersebut terhadap kesehatan bisnis yang bersangkutan. Variabel positif (semua variabel yang termasuk dalam kategori kekuatan) diberi nilai antara +1 dan +4 (sangat baik) dibandingkan dengan rata-rata industri atau pesaing utama. Sedangkan variabel negatifnya adalah sebaliknya.
4. Untuk mendapatkan faktor bobot pada kolom 4, kalikan bobot pada kolom 2 dengan *rating* pada kolom 3. Hasilnya merupakan peringkat tertimbang untuk setiap faktor dengan nilai antara 4,0 (sangat baik) dan 1,0 (buruk).
5. Tambahkan skor pembobotan (di kolom 4) guna mendapatkan peringkat tertimbang keseluruhan untuk perusahaan yang menunjukkan bagaimana kinerja perusahaan. Skor total tertentu itu menanggapi faktor strategis eksternalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lain dalam kelompok industri yang sama.

Sementara itu, matriks EFE digunakan guna mengevaluasi peluang dan risiko suatu unit bisnis. Analisis matriks EFE dihitung dengan cara yang sama berdasarkan matriks IFE yaitu menghitung bobot dan rating dari setiap faktor yang ada (Dewi dkk, 2019). Adapun bentuk dari matriks EFE yaitu (Rangkuti, 2015)

Tabel 2.2 Bentuk matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan
Peluang			
Ancaman			
Total			

(Sumber: Rangkuti, 2015)

Adapun rumus yang digunakan dalam perhitungan matriks IFE dan EFE yaitu (David, 2009):

1. Rumus dalam menghitung rating, yaitu:

$$\text{Rating} = \frac{\text{Total Jawaban Responden}}{\text{Jumlah Responden}} \quad \dots(2.4)$$

2. Rumus dalam menghitung bobot faktor internal, yaitu:

$$\text{Bobot faktor internal} = \frac{\text{Total Jawaban Responden}}{\text{Total Pengolahan data faktor internal}} \dots(2.5)$$

3. Rumus dalam menghitung bobot faktor eksternal, yaitu:

$$\text{Bobot faktor eksternal} = \frac{\text{Total Jawaban Responden}}{\text{Total Pengolahan data faktor eksternal}} \dots(2.6)$$

4. Rumus dalam menghitung skor, yaitu:

$$\text{Skor} = \text{Bobot} \times \text{Rating} \dots(2.7)$$

2.12 Matriks *Internal-Eksternal* (IE)

Matriks *internal eksternal* adalah ilustrasi yang menunjukkan posisi unit bisnis dalam kaitannya dengan unit bisnis untuk menentukan pengembangan alternatif yang sesuai untuk memfasilitasi strategi menghadapi persaingan maupun pertumbuhan bisnis di masa depan (Dewi dkk, 2019). Kombinasi dua matriks IFE dan EFE menghasilkan eksternal matriks yang berisi kombinasi nilai total matriks IFE dan EFE yang dapat mengidentifikasi 9 (sembilan) strategi bisnis yang dikelompokkan menjadi 3 (tiga) strategi utama, yaitu (Rangkuti, 2014 dikutip oleh Hasibuan dan Amela, 2019) :

1. Sel I, II dan IV disebut strategi pertumbuhan dan membangun.
2. Sel III, V dan VII disebut sebagai strategi pertahanan dan perawatan.
3. Sel VI, VIII dan IX disebut sebagai strategi pemanenan dan pemindahan.

Tabel 2.3 Total Skor Matriks IE

	4,0 Kuat	3,0 Rata-rata	2,0 Lemah
Tinggi 4,0	I	II	III
Menengah 3,0	IV	V	VI
Rendah 2,0	VII	VIII	IX

(Sumber: Rangkuti, 2014 dikutip oleh Hasibuan dan Amela, 2019)

2.13 Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*)

Analisis SWOT menurut Rangkuti (2015) merupakan identifikasi sistematis berbagai faktor untuk merumuskan strategi bisnis. Analisis SWOT sendiri merepresentasikan dari kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*). Analisis ini didasarkan pada logika

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang memaksimalkan kekuatan dan peluang sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 2015). Menurut Kuntz (2008), analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang penting untuk mendukung perencanaan dan membandingkan kekuatan serta kelemahan internal suatu perusahaan dengan peluang dan ancaman (Susilowati dkk, 2020). Adapun diagram analisis SWOT adalah sebagai berikut (Rangkuti, 2015):



Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT
(Sumber : Rangkuti, 2015)

Berikut penjelasan dari diagram analisis SWOT dibagi menjadi 4 kuadran yaitu (Rangkuti, 2015):

Kuadran I : Keadaan sangat menguntungkan bagi perusahaan. Perusahaan memiliki peluang dan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang akan digunakan dalam keadaan ini adalah dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*)

Kuadran II : Meskipun banyak ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan. Strategi yang berlaku adalah dengan menggunakan strategi jangka panjang diversifikasi (produk atau pasar).

Kuadran III : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang besar, tetapi juga mengalami keterbatasan/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah membuat masalah internal perusahaan menjadi kecil sehingga dapat menangkap peluang di pasar secara lebih baik (*turn-around strategy*)

Kuadran IV : Ini adalah situasi yang merugikan, perusahaan berbagai menghadapi ancaman dan kelemahan internal. Harus segera menemukan strategi bertahan (Strategi *defensif*).

Matriks SWOT adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini dapat dengan jelas menggambarkan bagaimana peluang dan risiko eksternal perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahannya. Berikut ini adalah matriks SWOT, yaitu (Rangkuti, 2015):

Tabel 2.4 Matriks SWOT

Internal	<i>STRENGTHS (S)</i> • Daftar Kekuatan	<i>WEAKNESSES (W)</i> • Daftar Kelemahan
Eksternal	<i>OPPORTUNITIES</i> Daftar peluang	<i>STRATEGI S-O</i> Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
	<i>THREATS (T)</i> Daftar ancaman	<i>STRATEGI W-O</i> Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
		<i>STRATEGI W-T</i> Meminimalkan kelemahan-kelemahan dan menghindari ancaman

(Sumber: Rangkuti, 2015)

Berikut ini adalah penjelasan mengenai matriks SWOT yaitu (Rangkuti, 2015):

1. Strategi SO, Strategi ini berlandaskan pada pola pikir perusahaan dengan menggunakan semua kekuatan agar dapat memanfaatkan sebanyak mungkin peluang.
2. Strategi ST, Strategi ini merupakan strategi memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO, Strategi ini didasarkan pada menggunakan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT, Strategi ini berlandaskan pada kegiatan-kegiatan yang bersifat defensif serta berusaha untuk meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari

Menurut Wardoyo (2011), tujuan akhir dalam memilih strategi analisis SWOT adalah untuk menciptakan alternatif strategi yang berbeda yang akan bekerja untuk perusahaan sehingga strategi yang dipilih dapat lebih mudah diterapkan dan diterapkan dalam strategi apapun.

2.14 Matriks TOPSIS (*Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution*)

Metode TOPSIS diperkenalkan pertama kali oleh Yoon dan Hwang pada tahun 1981. Metode ini adalah metode pengambilan keputusan multi kriteria yang menggunakan dasar memilih alternatif terdekat dengan solusi positif ideal dan terjauh dari solusi negatif berdasarkan solusi tampilan geometris menggunakan jarak ke kedekatan relatif dari suatu alternatif untuk menentukan solusi optimal. Solusi ideal positif diartikan sebagai penjumlahan dari semua skor terbaik yang dapat dicapai untuk setiap karakteristik, sementara itu untuk solusi negatif ideal terdiri dari semua skor terburuk yang dapat dicapai untuk setiap karakteristik (Salim, 2018).

TOPSIS merupakan sebuah pendekatan menghitung jarak ke solusi ideal positif dan negatif kemudian memilih solusi ideal positif terdekat. Urutan prioritas kemudian dapat dicapai setelah membandingkan jarak relatif. Banyak pengambil keputusan menerapkan metode ini dalam praktik karena konsepnya mudah dipahami dan disederhanakan, perhitungannya efisien serta dapat mengukur kinerja relatif dari alternatif pengambilan keputusan alternatif (Trisnayanti dkk, 2019). Adapun gambaran tingkat kepentingan yang dipakai pada metode metode TOPSIS yaitu (Arida, 2021):

Nilai skala tingkat kepentingan	Keterangan
1	Sangat buruk
2	Buruk
3	Cukup
4	Baik
5	Sangat baik

Gambar 2.2 Skala Kepentingan TOPSIS
(Sumber : Arida, 2021)

Metode TOPSIS banyak digunakan guna mengukur keputusan fasilitasi praktis pembuatan. Ini karena konsepnya mudah dipahami dan sederhana. Adapun langkah-langkah penelitian dengan metode TOPSIS yaitu (Abiddin dkk, 2017):

1. Pembuatan keputusan sebagai alternatif
- Pembuatan TOPSIS membutuhkan evaluasi kinerja dari setiap alternatif A_i pada setiap kriteria C_i . Untuk menentukan evaluasi kinerja dilakukan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

perhitungan skor AS (*Attractiveness Score*). Skor AS ini dihitung berdasarkan daya tarik maupun keterkaitan setiap kriteria dari setiap alternatif strategi yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada pemimpin bisnis.

2. Membuat matriks keputusan ternormalisasi

Selanjutnya yaitu menormalisasikan nilai setelah diketahui nilai ketertarikan kriteria untuk setiap alternatif strategi, berdasarkan rumus:

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m x_{ij}^2}} ; \text{ dengan } i = 1, 2, \dots, m; \text{ dan } j = 1, 2, \dots, n \quad \dots(2.8)$$

Dimana:

r_{ij} = matriks keputusan ternormalisasi

x_{ij} = pembobotan kriteria j pada alternatif ke i

3. Membuat matriks keputusan ternormalisasi terbobot

Berikutnya adalah melakukan perhitungan matriks ternormalisasi berbobot. Matriks keputusan ternormalisasi berbobot (y_i) adalah hasil perkalian matriks ternormalisasi pada masing-masing bobot kriteria. Rumus berikut digunakan untuk menghitung matriks ternormalisasi berbobot:

$$y_{ij} = w_i r_{ij} ; \text{ dengan } i = 1, 2, \dots, m; \text{ dan } j = 1, 2, \dots, n \quad \dots(2.9)$$

4. Menentukan matriks solusi ideal positif dan matriks solusi ideal negatif

Matriks solusi ideal positif yaitu jumlah nilai terbaik yang dimiliki setiap kriteria, sementara itu matriks solusi ideal negatif yaitu sejumlah nilai terburuk yang dimiliki setiap kriteria. Dalam menentukan solusi ideal positif dan negatif, masing-masing kriteria yang ada digolongkan menjadi kriteria *benefit* serta *cost*. Kriteria *benefit* yaitu kriteria yang nilainya maksimal sedangkan kriteria *cost* yaitu nilai biaya minimum. Dalam memilih strategi alternatif ini yang tergolong kriteria *benefit* yaitu kriteria diperoleh dari faktor kekuatan internal kekuatan serta faktor peluang eksternal, sedangkan *cost* yaitu kriteria yang diperoleh dari faktor kelemahan internal dan faktor ancaman eksternal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Untuk mencari solusi ideal positif (A+) serta solusi ideal negatif (A-) menggunakan rumus:

$$A^+ = (y_1^+, y_2^+, \dots, y_n^+) \quad \dots(2.10)$$

$$A^- = (y_1^-, y_2^-, \dots, y_n^-) \quad \dots(2.11)$$

Dimana :

- y_{ij} = matriks ternormalisasi berbobot [i] [j]
- w_i = vektor bobot [i]
- y_j^+ = maks y_{ij} , jika j merupakan karakteristik keuntungan
min y_{ij} , jika j merupakan atribut biaya
- y_j^- = min y_{ij} , jika j merupakan atribut keuntungan
maks y_{ij} , jika j atribut biaya

5. Tentukan setiap alternatif dengan dengan matriks solusi ideal positif dan matriks solusi ideal negatif

Tahap selanjutnya yaitu menghitung jarak solusi ideal positif dan solusi ideal negatif. Jarak antara alternatif A_i dan solusi ideal positif dirumuskan:

$$D_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (y_i^+ - y_{ij}^+)^2}; i = 1, 2, \dots, m \quad \dots(2.12)$$

Dimana :

- D_i^+ = jarak antara alternatif A_i dengan solusi ideal positif
- y_i^+ = solusi ideal positif [i]
- y_{ij} = matriks normalisasi berbobot [i] [j]

Untuk jarak antara alternatif A_i yang dengan solusi ideal negatif dirumuskan:

$$D_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (y_i^- - y_{ij}^-)^2}; i = 1, 2, \dots, m \quad \dots(2.13)$$

Dimana :

- D_i^- = jarak alternatif A_i dengan solusi ideal negatif
- y_i^- = solusi ideal positif [i]
- y_{ij} = matriks normalisasi terbobot [i][j]

6. Menentukan nilai preferensi untuk setiap alternatif

Nilai preferensi digunakan untuk menentukan prioritas dari setiap alternatif strategi. Untuk menghitung nilai preferensi setiap alternatif (V_i) menggunakan rumus:

$$V_i = \frac{D_i^-}{D_i^- + D_i^+}; i = 1, 2, \dots, m \quad \dots(2.14)$$

dimana:

V_i = kedekatan setiap alternatif dengan solusi ideal

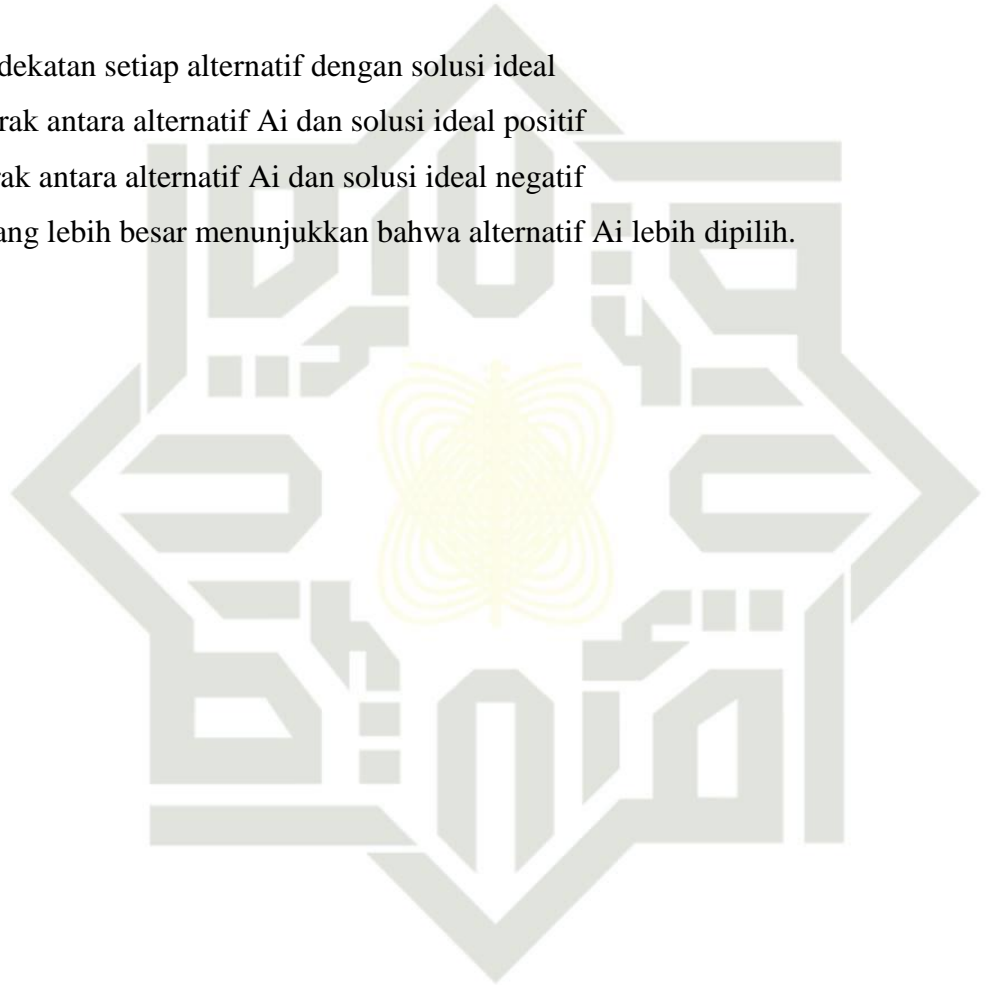
D_i^+ = jarak antara alternatif A_i dan solusi ideal positif

D_i^- = jarak antara alternatif A_i dan solusi ideal negatif

Nilai V_i yang lebih besar menunjukkan bahwa alternatif A_i lebih dipilih.

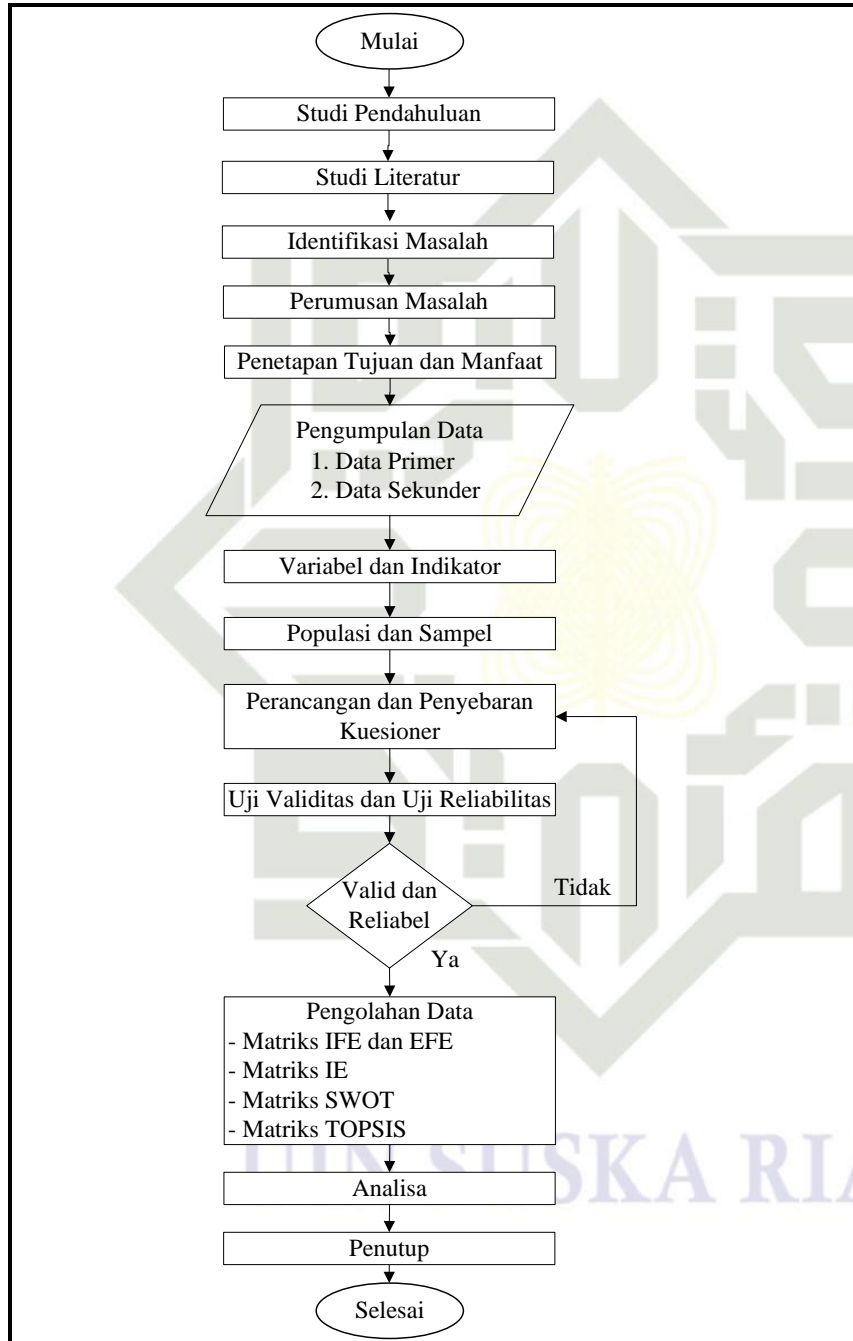
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan langkah-langkah yang akan di lewati dalam melakukan penelitian seperti pada *flowchart* sebagai berikut ini:



Gambar 3.1 *Flowchart* Metodologi Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.1 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilaksanakan untuk mencari solusi dari masalah. Tahapan awal dalam penelitian ini merupakan studi pendahuluan yaitu observasi di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi perusahaan dengan mengetahui jenis produk yang disewakan dan wawancara dengan pemilik perusahaan tenda yaitu Siti Aisyah tentang permasalahan yang sering terjadi di perusahaan. Dari hasil survei pendahuluan, ditemui permasalahan yaitu jumlah konsumen pada persewaan jasa tenda mengalami perubahan naik turun pertahunnya.

3.2 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan guna mengumpulkan informasi atau referensi pada penelitian. Informasi ini dikumpulkan sebagai wawasan tambahan dalam penelitian ini. Studi literatur juga dapat digunakan sebagai referensi untuk topik masalah yang ada pada usaha tenda Siti Aisyah sebagai pendukung argumen yang ada. Studi literatur ini bersumber dari buku, jurnal atau artikel ilmiah. Studi literatur yang digunakan dalam penelitian ini mengenai metode SWOT dan TOPSIS.

3.3 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dilakukan untuk memudahkan dan memfokuskan masalah yang akan diselesaikan pada penelitian ini, setelah dilakukan observasi dan wawancara pada tahap studi pendahuluan serta diperoleh teori yang berkaitan dengan masalah. Berdasarkan studi pendahuluan, diketahui bahwa permasalahan yang akan diteliti mengenai proses pemasaran pada usaha tenda Siti Aisyah yang belum optimal, hal ini didasari oleh semakin berkurangnya peminat dari konsumen untuk menggunakan jasa tenda ini berdasarkan data pembukuan penjualan.

3.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, masalah dirumuskan sedemikian rupa sehingga menjadi masalah yang perlu di analisa serta diteliti. Dengan merumuskan masalah, masalah yang teridentifikasi dapat diteliti dengan baik dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

solusi untuk masalah tersebut dapat ditemukan. Perumusan masalah ini akan membantu penyelesaian masalah yang ada. Dalam penelitian ini rumusan dirumuskan adalah bagaimana strategi pemasaran yang tepat dalam upaya meningkatkan penjualan jasa pada usaha sewa alat tenda tenda Siti Aisyah dengan menggunakan metode SWOT dan TOPSIS?

3.4 Penetapan Tujuan dan Manfaat

Tujuan penelitian diperlukan untuk dapat merencanakan langkah-langkah yang dapat diambil dalam penelitian, agar penelitian yang dilakukan tepat sasaran, terarah, dan benar dalam penyelesaiannya. Tujuan ini ditentukan berdasarkan rumusan masalah yang diketahui sebelumnya, Penelitian ini terdapat dua tujuan yang ingin dicapai yaitu mengidentifikasi analisis kondisi lingkungan perusahaan dan memberikan usulan mengenai strategi pemasaran prioritas yang tepat dan efektif, setelah itu didapatkan pula manfaat dari penelitian.

Manfaat penelitian bersumber pada tercapainya tujuan penelitian serta pemecah masalah yang ada dalam suatu usaha dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada usaha tenda Siti Aiyah, dalam pencapaian ini akan memberikan manfaat langsung bagi pemilik usaha, pengetahuan bagi peneliti serta dalam bidang pendidikan.

3.5 Pengumpulan Data

Langkah selanjutnya dalam penelitian ini adalah pengumpulan data. Dalam penelitian data digunakan sebagai bahan acuan untuk menyelesaikan masalah pokok dalam penelitian. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder.

3.6.1 Data Primer

Data primer diperoleh melalui observasi langsung di perusahaan serta dari hasil wawancara dan kuesioner.

1. Observasi langsung, dilakukan melalui pengamatan langsung di lapangan. Dalam hal ini peneliti mengamati aktivitas dan mengetahui keadaan usaha dengan mengetahui jenis produk yang disewakan.

2. Wawancara, dilakukan melalui proses tanya jawab dari peneliti kepada responden atau pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini.
3. Pengumpulan data dari penyusunan dan penyebaran kusioner melalui beberapa tahap diantaranya yaitu tahap awal mengidentifikasi variabel dan indikator untuk mengetahui kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan, menentukan jumlah responden yang akan disebar kusioner berdasarkan penarikan sampel pada jumlah populasi yang diketahui, dilanjutkan dengan penyusunan dan penyebaran kusioner, serta tahap terakhir yaitu melakukan uji validitas dan uji reliabilitas, yaitu:

a. Variabel dan Indikator

Penentuan variabel penelitian dalam bentuk variabel *eksternal* dan variabel *internal* pada usaha tenda Siti Aisyah, diantaranya yaitu:

- 1) Variabel *internal* di peroleh dari perusahaan serta penyebaran kusioner dilihat dari strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang menggunakan 4 variabel (produk, harga, tempat dan promosi). Berikut adalah variabel *internal* pada usaha tenda Siti Aisyah:

Tabel 3.1 Variabel IFE dan Indikator

Faktor <i>Internal</i>	Indikator
Produk (<i>Product</i>)	Produk berkualitas Variasi jenis produk Gaya dekorasi mempunyai daya tarik Ketahanan produk
Harga (<i>Price</i>)	Harga produk menurut kualitas produk
Tempat (<i>Place</i>)	Lokasi strategis Jarak dan mudah dijangkau Mudah dilihat dan ditemukan
Promosi (<i>Promotion</i>)	Promosi yang dilakukan oleh usaha

(Sumber: Data Primer, 2021)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Variabel faktor *eksternal* dan indikator yang diperoleh berdasarkan analisis lingkungan eksternal makro. Berikut adalah variabel eksternal pada usaha tenda Siti Aisyah:

Tabel 3.2 Variabel EFE dan Indikator

Faktor Eksternal	Indikator
Sosial dan Budaya	Gaya hidup Tradisi pengembangan
Ekonomi	Peluang perekonomian masyarakat
Pelanggan	Kualitas produk dan harga yang dibeli pelanggan Memberikan kenyamanan kepada pelanggan Ramah kepada pelanggan
Pesaing	Keberadaan pesaing

(Sumber: Data Primer, 2021)

b. Populasi dan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *simple random sampling*, yaitu sampel diambil secara acak dari populasi yang ditentukan oleh peneliti, dengan setiap elemen populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai objek. Untuk menentukan sampel peneliti menggunakan rumus Taro Yaname yaitu :

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Dimana :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d² = derajat ketelitian 0,1 (10%)

Jadi perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{52}{52 \cdot (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{52}{52 \cdot 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{52}{1,52}$$

$$n = 34,21 = 34$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka jumlah sampel responden adalah 34 orang.

c. Perancangan dan Penyebaran Kuesioner

Kuesioner terdiri dari rangkaian atau kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis tentang masalah yang akan diteliti. Kuesioner disusun sesuai dengan variabel yang ditetapkan. Mengenai perancangan dan penyebaran kuesioner dalam penelitian ini, responden diambil dari sampel dengan jumlah populasi yang telah diketahui. Adapun pertanyaan kuesioner penilaian rating adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3 Pernyataan Kuesioner Penilaian Rating

No	Faktor Internal	Rating				
		1	2	3	4	5
KEKUATAN						
1	Lokasi usaha strategis di tengah kota dan mudah ditemukan					
2	Harga sewa tenda relatif murah					
3	Tenda dan perlengkapannya terawat (tidak rusak)					
4	Gaya dekorasi bervariasi, menarik dan sesuai dengan kebutuhan pada sebuah acara					
5	Layanan kepada konsumen cepat dan menyenangkan					
6	Usaha tenda ini bekerja sama dengan perusahaan					
KELEMAHAN						
1	Jumlah mobil operasional yang masih sedikit					
2	Kurang maksimalnya kegiatan promosi					
3	Kurangnya memasang iklan secara rutin baik pada media cetak maupun elektronik					
4	Variasi jenis produk yang ditawarkan masih sedikit dibandingkan pesaing					
5	Jumlah SDM sedikit					
6	Kurang melakukan riset dan pengembangan produk					
PELUANG						
1	Tradisi masyarakat yang suka mengadakan acara diluar ruangan					
2	Segmentasi pasar luas					
3	Pertumbuhan penduduk					

(Sumber: Data Primer, 2021)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 3.4 Pernyataan Kuesioner Penilaian Rating (Lanjutan)

No	Faktor Internal	Rating				
		1	2	3	4	5
PELUANG						
4	Karyawan ramah dan memberikan kenyamanan kepada konsumen					
5	Perubahan gaya hidup masyarakat					
6	Kemajuan teknologi yang pesat					
ANCAMAN						
1	Persaingan harga pasar semakin ketat					
2	Banyaknya pesaing yang menyewa tenda baru					
3	Tawar menwar konsumen yang tinggi					
4	Produk dari perusahaan lain menghasilkan produk yang lebih kreatif dan inovatif					
5	Jumlah promosi yang dilakukan oleh kompetitor lebih banyak					
6	Perkembangan gaya dekorasi dan tenda sering berubah					

(Sumber: Data Primer, 2021)

Pedoman pengukuran kuesioner rating:

Skala 5 = ketika respon perusahaan terhadap faktor tersebut sangat kuat

Skala 4 = ketika respon perusahaan terhadap faktor tersebut kuat

Skala 3 = ketika respon perusahaan terhadap faktor tersebut cukup

Skala 2 = ketika respon perusahaan terhadap faktor tersebut lemah

Skala 1 = ketika respon perusahaan terhadap faktor tersebut sangat lemah

d. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dilakukan berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuesioner menggunakan menggunakan software SPSS 25.0 dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 karena dinilai cukup representatif dan mewakili tingkat signifikansi. Untuk melihat apakah perhitungan tersebut valid atau tidaknya data instruksi, dapat dilihat apakah r hitung $>$ r tabel dan nilainya positif. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat uji yang digunakan sudah benar dan sesuai serta tetap konsisten jika pengukurannya diulang. Pada penelitian ini kuesioner digunakan untuk pengumpulan data, sedangkan alat ukurnya menggunakan software SPSS 25.0 untuk pengujian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.6.2 Data Sekunder

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti untuk menunjang kelangsungan penelitian. Data sekunder diperoleh melalui catatan atau dokumentasi perusahaan seperti profil perusahaan, struktur organisasi perusahaan, maupun data pembukuan penjualan.

3.7 Pengolahan Data

Langkah selanjutnya adalah pengolahan data. Pada tahap ini berisi tentang pengolahan data yang diperoleh dari data yang telah diolah, berguna sebagai acuan solusi yang berkaitan dengan masalah dan dapat digunakan untuk mencapai tujuan awal penelitian ini.

Untuk pengolahan data dalam penelitian strategi pemasaran menggunakan metode SWOT dan TOPSIS dengan beberapa tingkatan yaitu nilai dari pembobotan dan rating matriks IFE dan EFE, dilanjutkan ke matrik IE dan SWOT, tahap terakhir adalah metode TOPSIS untuk mendapatkan satu strategi alternatif yang dapat diusulkan kepada pemilik usaha.

3.7.1 Matriks IFE dan Matriks EFE

Untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, semua kekuatan dan kelemahan perusahaan dicantumkan. Penyajian data dengan faktor positif dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang ditulis sebelum faktor negatif, tetapi pada saat yang sama meminimalkan kelemahan dan ancaman. Pada penelitian ini tahap ini dilakukan dengan menganalisis faktor internal dan eksternal dalam kegiatan tenda Siti Aisyah. Setelah menentukan faktor internal dan eksternal, dilakukan perhitungan bobot dan rating.

3.7.2 Matriks IE

Matrik IE adalah ukuran yang digunakan dalam analisis strategi ini yang mencakup kekuatan internal usaha tenda Siti Aisyah serta pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuannya adalah untuk mencari tahu lebih rinci startegi bisnis di tingkat korporat dan terdapat 9 sel di dalam diagram Matrix IE namun

kenyataannya 9 sel tersebut dirangkum menjadi 3 strategi utama, yaitu sebagai berikut:

1. Sel I, II dan IV disebut pertumbuhan dan pengembangan strategi.
2. Sel III, V dan VII disebut sebagai strategi pertahanan dan pemeliharaan.
3. Sel VI, VIII dan IX disebut sebagai strategi pemanenan dan pemindahan.

3.7.3 Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini dapat dengan jelas menggambarkan bagaimana peluang dan risiko eksternal perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahannya yaitu menggunakan strategi SO, strategi ST, strategi WO serta strategi WT. Analisis SWOT dilakukan dengan menggunakan diagram kartesius yang mengacu pada matriks IFE dan EFE. Diagram SWOT dapat membantu menentukan posisi perusahaan untuk menentukan strategi perusahaan yang tepat.

3.7.4 Matriks TOPSIS

Langkah selanjutnya yaitu strategi pemsaran alternatif diklasifikasikan berdasarkan perankingan dengan menggunakan metode TOPSIS. Tujuan penggunaan metode TOPSIS untuk memilih alternatif terbaik dan ideal. Langkah-langkah pada metode TOPSIS yaitu:

1. Pembuatan keputusan sebagai alternatif.
2. Membuat matriks keputusan ternormalisasi.
3. Membuat matriks keputusan ternormalisasi terbobot.
4. Menentukan matriks solusi ideal positif dan matriks solusi ideal negatif.
5. Menentukan jarak antara nilai masing-masing alternatif dengan matriks solusi ideal positif dan matriks solusi ideal negatif.
6. Menentukan nilai preferensi untuk setiap alternatif.

3.8 Analisa

Analisa adalah suatu kegiatan, proses yang berkaitan dengan pemecahan suatu masalah agar lebih rinci, sehingga karakteristik datanya dapat dipahami. Tujuan analisis adalah untuk mengubah data dari hasil penelitian menjadi

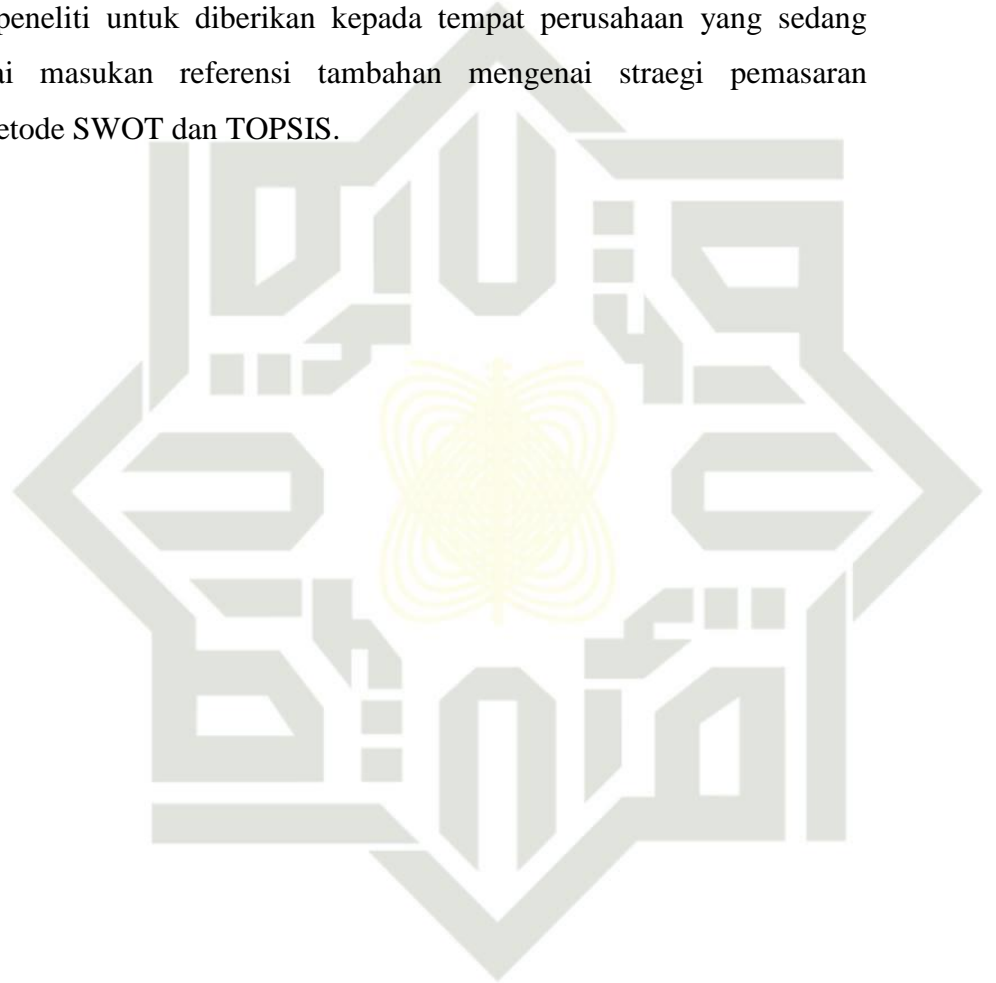
informasi yang kemudian dapat digunakan dengan melakukan menarik kesimpulan yang benar.

3.9 Penutup

Penutup terdiri dari penarikan kesimpulan dan pemberian saran. Kesimpulan berupa ringkasan atau pokok bahasan dari penelitian yang dilakukan. Sedangkan saran berupa ungkapan tentang masukan atau usulan. Saran ini dimaksudkan peneliti untuk diberikan kepada tempat perusahaan yang sedang diteliti sebagai masukan referensi tambahan mengenai strategi pemasaran berdasarkan metode SWOT dan TOPSIS.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB VI PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka diperoleh kesimpulan yaitu: penjelasan kudran

1. Berdasarkan analisis internal dan eksternal perusahaan beserta analisis SWOT, diperoleh bahwa usaha tenda Siti Aisyah berada di kondisi kuadran 1 yaitu situasi yang sangat menguntungkan. Dimana usaha tenda Siti Aisyah memiliki 6 faktor kekuatan dan 6 faktor kelemahan. Nilai analisis IFE usaha tenda Siti Aisyah berada pada posisi yang kuat dalam menghadapi segala kelemahan. Kekuatan utamanya yaitu harga sewa tenda relatif murah, sedangkan kelemahan utamanya yaitu jumlah mobil operasional yang masih sedikit. Serta usaha tenda Siti Aisyah memiliki 6 faktor peluang dan 6 faktor ancaman. Berdasarkan nilai EFE usaha tenda Siti Aisyah berada pada posisi yang kuat dalam mengatasi ancaman yang datang dengan cara memanfaatkan peluang yang dimiliki. Peluang utamanya yaitu segmentasi pasar luas, sedangkan ancaman utamanya yaitu perkembangan gaya dekorasi dan tenda sering berubah.
2. Strategi yang dapat digunakan oleh usaha tenda Siti Aisyah yaitu strategi pertumbuhan dan membangun. Berdasarkan alternatif dari matriks SWOT diperoleh 8 strategi untuk mengembangkan usaha tenda Siti Aisyah. Strategi yang diperoleh dari hasil analisis SWOT dijadikan sebagai alternatif pengambil keputusan dan dirangkingkan berdasarkan perhitungan TOPSIS. Berdasarkan perhitungan TOPSIS, prioritas strategi yang terpilih yaitu, membuat dan mengembangkan produk dengan variasi baru dengan nilai preferensi sebesar 0,6999, prioritas strategi kedua yaitu membangun dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan dengan nilai preferensi sebesar 0,6140, prioritas strategi ketiga yaitu menggunakan media promosi yang tepat untuk menarik minat pasar dengan nilai preferensi sebesar 0,4182, dan prioritas strategi keempat

yaitu pengenalan dan perluasan pemasaran produk yang sudah ada dipangsa pasar dengan nilai preferensi sebesar 0,3328.

Saran

Adapun saran dari penelitian tugas akhir ini yaitu:

1. Perusahaan diharapkan dapat menerapkan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi pemasaran dimasa yang mendatang.
2. Diharapkan penulis dapat mengembangkan hasil penelitian untuk menambah wawasan serta pemahaman mengenai strategi pemasaran.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan topik yang sama dapat dikembangkan dengan metode lain yang sejenis sehingga bisa dijadikan perbandingan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. I., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. (2021). Strategi Pemasaran Produk Indihome PT. Telekomunikasi Manado. *Productivity*. Volume 2 Nomor 1, 63-68.
- Abdullah, Ma'ruf. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Abiddin, M. Z., Masudin, I., & Utama, D. M. (2017). Pemilihan Strategi Pemasaran Dengan Metode SWOT dan TOPSIS. *Jurnal Teknik Industri*. Volume 18 Nomor 1, 55-67.
- Agustina, L., & Rahmat, R. A. (2019). Analisis Pelaksanaan Praktikum Morfologi Tumbuhan Mahasiswa Pendidikan Biologi FKIP UMS Tahun Ajaran 2017/2018. *EKSAKTA: Jurnal Penelitian dan Pembelajaran MIPA*. Volume 4 Nomor 1, 35-40.
- Arida, R. W. (2021). Implementasi Metode TOPSIS dalam Pemilihan Jasa Pangkas Rambut Dimasa Pandemi Covid 19. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(1), 68-85.
- Dewi, I. S., Kurniawan, M. I., & Khairunnisa, K. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Berbasis Marketing Mix dan SWOT Analysis Pada Usaha Pengeringan Asam Gelugur di Tanjung Pura Kabupaten Langkat. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*. Volume 8 Nomor 1, 51-64.
- Firdayanti, N. L., Wiranatha, A. S., & Sadyasmara, C. A. B. Strategi Pengembangan Usaha DNI Skincare Renon dengan Penerapan Metode Swot dan Topsis. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*. Volume 8 Nomor 1, 69-79.
- Hasibuan, S., & Amela, F. (2019). Implementasi Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) dalam Merencanakan Strategi Pemasaran Pada Usaha Minuman Happy Bubble Drink di Kota Binjai. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*. Volume 8 Nomor 1, 26-36.
- Jacklin, M. P. R., Mandey, S., & Tampenawas, J. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Matahari Departmen Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol.7 No.1.

Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. Volume 7 Nomor 1, 90-99.

Masrin, I., & Rachmi, L. (2019). Strategi SWOT Pada Pemasaran Tahu Alami Lubuk Buaya Kota Padang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. Volume 5 Nomor 1, 135-144.

Prasetyawati, M. P., & Kosasih, M. (2021). Analisis Kinerja dan Daya Saing Pada Lulusan Teknik Industri Fakultas Teknik UMJ. *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*. Volume 8 Nomor 1, 67-75.

Riyanto, S. (2018). Analisis Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Madiun. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. Vol.5 No.3.

Salim, M. (2018). Sistem Pendukung Keputusan Penerimaan Calon Guru Honor di SMK Gotong Royong Gorontalo Menggunakan Metode Topsis. *Jurnal Informatika Upgris*. Vol.4.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Suprpto, H. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Pendekatan Pengembangan Produk Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV. Silvi Mn Paradila Parengan Lamongan. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*. Volume 4 Nomor 2, 953-962.

Suprpto, H. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Antar Jasa Penginapan di Kota Lamongan (Studi Pada Hotel Mahkota Lamongan). *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*. Volume 4 Nomor 3, 1049-1060.

Supriyanto, M., & Taali, M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap di The Sun Hotel

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Madiun. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran dan Kesekretariatan*. Volume 2 Nomor 1, 13-21.

Suriyana, N. (2020). Strategi Pengembangan Sman 1 Sitiung. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*. Volume 1 Nomor 1, 33-45.

Susilowati, A., Yusuf, A., Amanda, B. F., Wahyuni, A., & Sanjaya, V. F. (2020). Analisis Strategi Keunggulan Bersaing dengan Pendekatan Analisis SWOT dan Metode QSPM (Studi Kasus Murbay Konveksi). *jurnal of admiration*. Volume 1 Nomor 3, 124-129.

Sutoni, A., & Ramadian, P. Analisis Kepuasan Konsumen dan Pengembangan Produk Menggunakan Metode Kano dan House of Quality.

Trisnayanti, N. M., Satriawan, I. K., & Yoga, I. W. G. S. (2019). Strategi Pengembangan Produk Agroindustri Pada Area Belanja di Agrowisata Cau Chocolate Factory. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*. Volume 7 Nomor 2, 220-228.

Yustiani, Y. M., Rochaeni, A., & Aulia, E. (2019). Konsep Pengelolaan Sampah di Desa Babakan Kabupaten Bandung. *EnviroScienteeae*. Volume 15 Nomor 1, 121-126.

Zahra, R., & Rina, N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop MAYOUTFIT Di Kota Bandung. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume 6 Nomor 1, 43-55.

Zuraidah, E. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Sparepart Kendaraan Menggunakan Metode SWOT (Pada Studi Kasus PT. Motoparts). *PROSISKO: Jurnal Pengembangan Riset dan Observasi Sistem Komputer*. Vol.7 No.1.

LAMPIRAN A FOTO BERSAMA PEMILIK PERUSAHAAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B FOTO DOKUMENTASI



© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

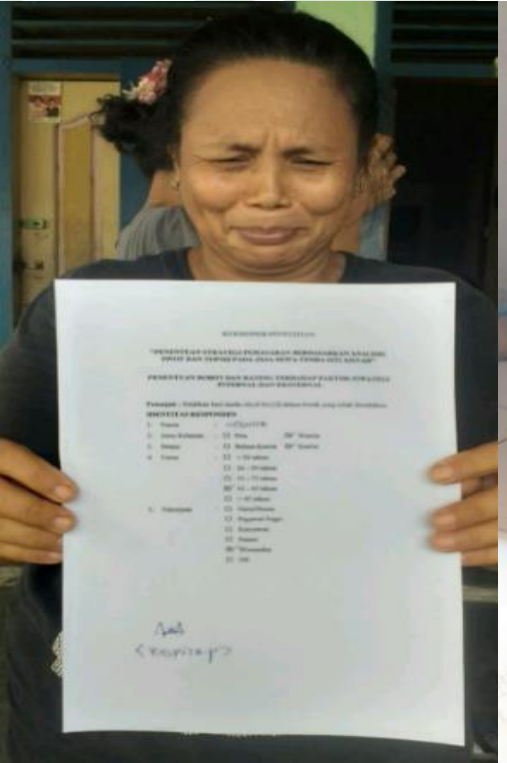


State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN C DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Wawancara ini dilakukan terhadap bapak H. Syofyan, S.Ag selaku pemilik usaha tenda Siti Aisah. Daftar pertanyaan wawancara yang diajukan sebagai berikut:

1. Apa nama usaha ini dan sejak kapan berdiri?
2. Bagaimana latar belakang berdirinya usaha ini?
3. Produk apa saja yang disewakan oleh usaha ini?
4. Berapa harga sewa produk yang ditawarkan oleh usaha ini?
5. Permasalahan apa saja yang sering terjadi di perusahaan?
6. Media promosi apa yang digunakan?
7. Apa yang menjadi ancaman bagi usaha ini ?
8. Bagaimana strategi menghadapi pesaing agar tetap bertahan?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

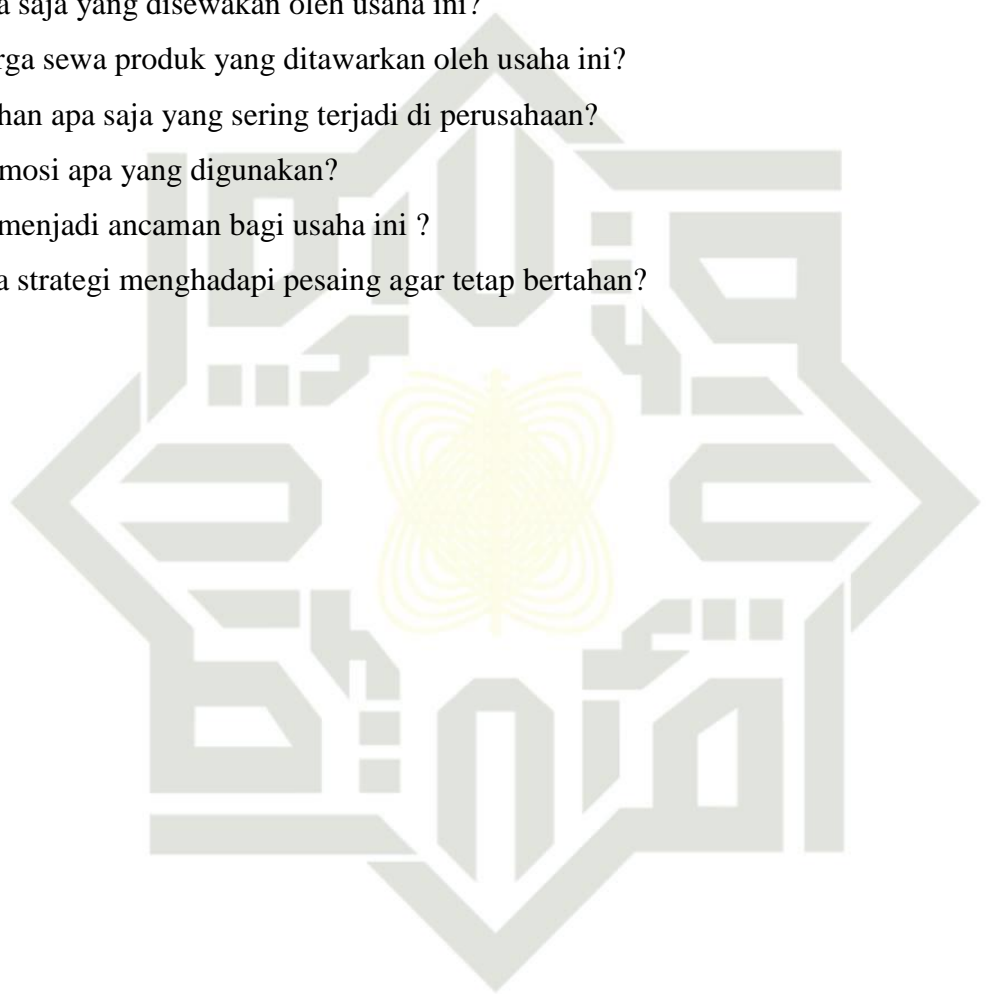
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

LAMPIRAN D KUESIONER PENELITIAN PENDAHULUAN

“PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT DAN TOPSIS PADA JASA SEWA TENDA SITI AISYAH”

Bersama ini, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner yang saya berikan. Informasi yang Bapak/Ibu berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatian yang anda berikan, saya mengucapkan banyak terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
 Jenis Kelamin :
 Umur :
 Tempat Tinggal :
 Pekerjaan :

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda *check list* (✓) pada salah satu kolom yang paling sesuai dengan penilaian anda terhadap masing-masing pernyataan berikut:

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah anda pernah menggunakan layanan penyewaan tenda?		
2	Apakah anda mengetahui tentang adanya layanan penyewaan tenda pada usaha tenda Siti Aisyah?		
3	Apakah anda mengetahui jenis produk apa saja yang ditawarkan oleh usaha tenda Siti Aisyah?		
4	Apakah anda mengetahui harga sewa dari produk yang ditawarkan oleh usaha Siti Aisyah?		
5	Apakah anda berminat untuk menggunakan layanan pada usaha tenda Siti Aisyah?		

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hascipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KUESIONER PENELITIAN

“PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT DAN TOPSIS PADA JASA SEWA TENDA SITI AISYAH”

PENENTUAN BOBOT DAN RATING TERHADAP FAKTOR STRATEGI INTERNAL DAN EKSTERNAL

Petunjuk : Silahkan beri tanda *check list* (√) dalam kotak yang telah disediakan.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Pria
 Wanita
3. Status : Belum Kawin
 Kawin
4. Umur : < 26 tahun
 26 - 30 tahun
 31 - 35 tahun
 41 - 45 tahun
 > 45 tahun
5. Pekerjaan : Guru/Dosen
 Pegawai Negri
 Karyawan
 Petani
 Wirausaha
 Dll

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penentuan Rating Faktor Internal Petunjuk Pengisian:

- Berilah rating pada masing-masing faktor internal yang ada di dalam perusahaan sesuai dengan keadaan perusahaan saat ini dengan menggunakan skala penilaian sebagai berikut:

5 = Sangat Setuju

4 = Setuju

3 = Ragu-ragu

2 = Tidak Setuju

1 = Sangat Tidak Setuju

- Beri tanda *check list* (√) pada tabel isian di bawah ini :

No	Faktor Internal	Rating				
		1	2	3	4	5
KEKUATAN						
1	Lokasi usaha strategis di tengah kota dan mudah ditemukan					
2	Harga sewa tenda relatif murah					
3	Tenda dan perlengkapannya terawat (tidak rusak)					
4	Gaya dekorasi bervariasi, menarik dan sesuai dengan kebutuhan pada sebuah acara					
5	Layanan kepada konsumen cepat dan menyenangkan					
6	Usaha tenda ini bekerja sama dengan perusahaan					
KELEMAHAN						
1	Jumlah mobil operasional yang masih sedikit					
2	Kurang maksimalnya kegiatan promosi					
3	Kurangnya memasang iklan secara rutin baik pada media cetak maupun elektronik					
4	Variasi jenis produk yang ditawarkan masih sedikit dibandingkan pesaing					
5	Jumlah SDM sedikit					
6	Kurang melakukan riset dan pengembangan produk					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

- Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penentuan Rating Faktor Eksternal
Petunjuk Pengisian:

1. Berilah rating pada masing-masing faktor internal yang ada di dalam perusahaan sesuai dengan keadaan perusahaan saat ini dengan menggunakan skala penilaian sebagai berikut:

- 5 = Sangat Setuju
- 4 = Setuju
- 3 = Ragu-ragu
- 2 = Tidak Setuju
- 1 = Sangat Tidak Setuju

2. Beri tanda *check list* (√) pada tabel isian di bawah ini :

No	Faktor Eksternal	Rating				
		1	2	3	4	5
PELUANG						
1	Tradisi masyarakat yang suka mengadakan acara diluar ruangan					
2	Segmentasi pasar luas					
3	Pertumbuhan penduduk					
4	Karyawan ramah dan memberikan kenyamanan kepada konsumen					
5	Perubahan gaya hidup masyarakat					
6	Kemajuan teknologi yang pesat					
ANCAMAN						
1	Persaingan harga pasar semakin ketat					
2	Banyaknya pesaing yang menyewa tenda baru					
3	Tawar menwar konsumen yang tinggi					
4	Produk dari perusahaan lain menghasilkan produk yang lebih kreatif dan inovatif					
	Jumlah promosi yang dilakukan oleh kompetior lebih banyak					
	Perkembangan gaya dekorasi dan tenda sering berubah sesuai dengan trend					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KUESIONER PENELITIAN TOPSIS USAHA TENDA SITI AISYAH

Tujuan : Untuk menentukan daya tarik relatif dari alternatif strategi yang di hasilkan matriks SWOT, untuk menerapkan strategi yang paling tepat untuk dilaksanakan oleh usaha tenda Siti Aisyah.

Penentuan Alternatif Strategi Menggunakan TOPSIS

Pemilihan alternatif strategi pemasaran dilakukan dengan menggunakan Matriks TOPSIS yang merupakan tahap akhir dari analisis formulasi strategi. Alternatif ini berasal dari hasil penetapan strategi yang didasarkan pada analisis SWOT yaitu faktor internal dan eksternal sebelumnya, yaitu:

1. Pengenalan dan perluasan pemasaran produk yang sudah ada dipangsa pasar
2. Menggunakan media promosi yang tepat untuk menarik minat pasar
3. Membuat dan mengembangkan produk dengan variasi baru
4. Membangun dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan

Petunjuk pengisian :

Silahkan beri tanda *check list* (√) pada salah satu kolom yang paling sesuai dengan penilaian anda terhadap masing-masing alternatif strategi berikut dengan pedoman:

- | | |
|----------------------|-----|
| Sangat Tidak Penting | = 1 |
| Tidak Penting | = 2 |
| Cukup Penting | = 3 |
| Penting | = 4 |
| Sangat Penting | = 5 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of S

Faktor strategi	Strategi 1					Strategi 2					Strategi 3					Strategi 4				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Kekuatan																				
Lokasi usaha strategis di tengah kota dan mudah ditemukan																				
Harga sewa tenda relatif murah																				
Tenda dan perlengkapannya terawat (tidak rusak)																				
Gaya dekorasi bervariasi, menarik dan sesuai dengan kebutuhan pada sebuah acara																				
Layanan kepada konsumen cepat dan menyenangkan																				
Usaha tenda ini bekerja sama dengan perusahaan																				
Kelemahan																				
Jumlah mobil operasional yang masih sedikit																				
Kurang maksimalnya kegiatan promosi																				
Kurangnya memasang iklan secara rutin baik pada media cetak maupun elektronik																				
Variasi jenis produk yang ditawarkan masih sedikit dibandingkan pesaing																				
Jumlah SDM sedikit																				
Kurang melakukan riset dan pengembangan produk																				

Faktor strategi	Strategi 1					Strategi 2					Strategi 3					Strategi 4					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Peluang																					
Tradisi masyarakat yang suka mengadakan acara diluar ruangan																					
Segmentasi pasar luas																					
Pertumbuhan penduduk																					
Karyawan ramah dan memberikan kenyamanan kepada konsumen																					
Perubahan gaya hidup masyarakat																					
Kemajuan teknologi yang pesat																					
Ancaman	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Persaingan harga pasar semakin ketat																					
Banyaknya pesaing yang menyewa tenda baru																					
Tawar menwar konsumen yang tinggi																					
Produk dari perusahaan lain menghasilkan produk yang lebih kreatif dan inovatif																					
Jumlah promosi yang dilakukan oleh kompetior lebih banyak																					
Perkembangan gaya dekorasi dan tenda sering berubah sesuai dengan trend																					

LAMPIRAN E REKAPITULASI HASIL JAWABAN RESPONDEN

1. INTERNAL

Internal	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	Total
1	3	5	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	43
2	3	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	45
3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	1	4	2	35
4	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	37
5	3	5	4	4	4	3	5	3	4	3	5	4	47
Total	15	22	18	17	19	17	21	14	15	12	20	17	207

2. EKSTERNAL

Eksternal	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	Total
1	2	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	51
2	3	5	3	4	4	4	5	5	5	3	3	4	48
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	47
4	2	4	4	4	4	4	1	3	3	3	4	4	40
5	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	31

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tan

©

State Islamic Uni

	Eksternal	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	Total
k	6	4	4	4	3	4	4	3	5	3	5	4	4	47
c	7	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	50
i	8	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	33
p	9	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	46
m	10	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	4	5	47
i	11	3	4	3	3	4	4	3	5	3	4	3	4	43
l	12	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5	5	44
i	13	3	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	53
n	14	3	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	48
s	15	3	5	3	4	4	5	3	5	3	4	4	4	47
k	16	2	4	4	4	4	2	3	4	3	2	3	5	40
a	17	3	5	5	4	4	5	1	5	3	3	4	4	46
r	18	3	4	4	4	3	2	4	5	4	4	4	1	42
i	19	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	48
o	20	4	5	4	4	5	5	2	2	2	5	2	5	45
u	21	2	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	42
n	22	4	3	4	5	5	5	2	5	2	5	5	5	50
i	23	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	37
u	24	4	4	5	5	4	5	3	4	3	4	3	5	49
n	25	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	52
i	26	3	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4	48
o	27	4	4	4	3	4	4	3	5	3	5	4	4	47
u	28	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	50

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tar

Eksternal	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	Total
29	3	3	5	3	4	4	4	4	4	5	3	5	47
30	4	3	4	2	5	4	4	2	4	4	4	4	44
31	4	3	4	3	3	5	4	2	2	3	3	5	41
32	5	5	5	2	5	4	5	5	5	4	5	3	53
33	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	52
34	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	46
Total	114	145	131	128	136	132	117	135	118	127	130	144	1557

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tar



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama penulis Alivia Muthia Putri Maharani. Penulis lahir di Duri pada tanggal 13 Juni 1999, yang merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dari H.Syofyan S,Ag dan Hj. Nurhaipa, yaitu dari saudara Siti Aisyah Nur Anjani dan Hasannul Bolqiah. Berasal dari JL. Jend Sudirman Gg. T. Umar No.3, RT 03 RW 06 Kelurahan Simpang Padang, Kecamatan Bathin Solapan, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau. Adapun perjalanan hidup

penulis dalam menempuh pendidikan yaitu :

Tahun 2004	: Taman Kanak-kanak Asiyah Dua
Tahun 2005	: Sekolah Dasar Islam Terpadu Mutiara
Tahun 2011	: Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu Mutiara
Tahun 2014	: Sekolah Menengah Atas Islam Terpadu Mutiara
Tahun 2017	: Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Sains dan Teknologi, Jurusan Teknik Industri
No. Handphone	: 085363593676
Email	: muthia.alivia@gmail.com

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.